

RADIOGRAFÍA DE LA PROMOCIÓN INMOBILIARIA EN CATALUÑA



- Taller de trabajo es una metodología de trabajo en la que se integran la teoría y la práctica.
- Se caracteriza por la investigación, el aprendizaje por descubrimiento y el trabajo en equipo que, en su aspecto externo, se distingue por el acopio (en forma sistematizada) de material especializado acorde con el tema tratado teniendo como fin la elaboración de un producto tangible.
- Un taller es también una sesión de entrenamiento. Se enfatiza en la solución de problemas, capacitación, y requiere la participación de los asistentes.

17 de febrero de 2021

PROMOTOR INMOBILIARIO.

- Gestión y viabilidad de una promoción inmobiliaria.
- + Formularios

Estudio de la oferta de viviendas de nueva construcción en Cataluña. 2020

- Se adjunta informe de la Asociación de promotores de Cataluña.

El estudio ha incluido los 99 municipios de Cataluña más relevantes en el ámbito de la vivienda, en los que se han inventariado 1.013 promociones de obra nueva con un total de 6.098 viviendas a la venta. De todos los municipios analizados, el que cuenta con más presencia de oferta es el de Barcelona, con un total de 189 promociones y 812 viviendas en venta, seguido por Sabadell, Hospitalet de Llobregat, Badalona, Vilanova y la Geltrú, Sant Cugat, Terrassa, Mataró, Lleida, y Girona.

Por el contrario, los municipios con menos presencia de promociones y viviendas son Cervera, Gadesa, El Pont de Suert, Ripollet, Sant Sadurní d'Anoia, y la Seo de Urgel.



El Estudio de la Oferta de Vivienda de Nueva Construcción en Cataluña que realiza anualmente la Asociación de Promotores de Cataluña (APCE) ha analizado en 2020 los 99 municipios más relevantes en el ámbito de la vivienda en Cataluña, en los que se han censado 1.013 promociones de obra nueva y un total de 22.810 viviendas, de las que 6.098 están a la venta, es decir un 26,7%. En 2020 se han registrado 13 promociones más respecto al año anterior, pero el número total de viviendas a la venta se ha reducido de 8.376 registrados en 2019 en 6.098 en 2020, es decir un 27,2% menos.

Esta oferta activa -en función de las Promociones- es bastante heterogénea, dependiendo de variables de diferente signo: por ejemplo, entre las 708 promociones de los municipios de la provincia de Barcelona se registra un 77,8% de las viviendas en oferta, mientras que entre las 57 promociones existentes de los municipios de la provincia de Lleida el porcentaje de viviendas en oferta se reduce al 8,3%.

En general, del 26,7% de viviendas en venta en el conjunto de las promociones analizadas en el estudio, un 39,6% corresponden a viviendas en promociones finalizadas, y un 60,4% a viviendas de promociones en diferentes fases constructivas.

Por tipologías edificatorias, destacan las promociones de plurifamiliar de bloque cerrado, concretamente el 64,4% de las promociones, mientras que las de plurifamiliar de bloque abierto alcanzan el 23,9%. A cierta distancia, se sitúan las unifamiliares adosadas (7,2%) y las unifamiliares aisladas (4,5%).

La mayor parte de las viviendas incluidas en el estudio son de obra nueva (95,6%), reduciéndose la rehabilitación integral a Estudio de la oferta de viviendas de nueva construcción en Cataluña. 2020

El estudio ha incluido los 99 municipios de Cataluña más relevantes en el ámbito de la vivienda, en los que se han inventariado 1.013 promociones de obra nueva con un total de 6.098 viviendas a la venta.

De todos los municipios analizados, el que cuenta con más presencia de oferta es el de Barcelona, con un total de 189 promociones y 812 viviendas en venta, seguido por Sabadell, Hospitalet de Llobregat, Badalona, Vilanova y la Geltrú, Sant Cugat, Terrassa, Mataró, Lleida, y Girona. Por el contrario, los municipios con menos presencia de promociones y viviendas son Cervera, Gadesa, El Pont de Suert, Ripollet, Sant Sadurní d'Anoia, y la Seo de Urgel.

CARACTERÍSTICAS

Las principales tipologías en oferta en los municipios catalanes estudiados son las viviendas de 3 dormitorios y 2 baños (40,3%). Con porcentajes menores, pero significativos se contemplan las viviendas de 2 dormitorios y 2 baños (15,3%), las de 4 dormitorios y 2 baños (12,1%) y las de 2 dormitorios y 1 baño (11,7%) .

Aunque las características de las viviendas están subordinadas a variables territoriales, el tipo de vivienda media a la venta en Cataluña por tipología de dormitorios es el siguiente: Los tipos loft (63); los de un dormitorio (272) los de 2 dormitorios (1.688); los de tres dormitorios (2.914); los de cuatro dormitorios (1.095), y los de cinco o más dormitorios (66).



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS DE CATALUNYA

L'OFERTA D'HABITATGES DE NOVA CONSTRUCCIÓ A CATALUNYA. 2020

Presentació

L'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya. 2020



L'estudi de l'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya 2020 ha estat promogut i dirigit per l'Associació de Promotors de Catalunya – APCE i realitzat per Catchment AMR.

El present informe contempla els resultats de l'anàlisi del mercat residencial d'habitatges de nova construcció a Catalunya, en referència a l'any 2020. En aquest document es resumeixen les dades de l'oferta del mercat residencial d'obra nova en nivells de desagregació territorial (província, municipi i barris i districtes de Barcelona) amb una base censal que parteix de la darrera actualització dels municipis estudiats realitzada l'any precedent (2019).

L'estudi disposa de la informació de l'estat de l'obra, les característiques, els equipaments, les qualitats, les superfícies i els preus de les diferents tipologies d'habitatge, així com de la comparativa dels indicadors respecte de l'any anterior.

L'habitatge a Catalunya

L'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya. 2020



El cens de l'estudi de l'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya corresponent a l'any 2020 ha inclòs els 99 municipis més rellevants en l'àmbit de l'habitatge, en els quals s'han inventariat l'oferta d'obra nova i les seves característiques quantitatives i qualitatives.

Respecte el 2019, s'han registrat 13 promocions més, però s'ha reduït el nombre total d'habitatges a la venda de 8.376 a 6.098 habitatges (un 27,2% menys)

L'edició 2020 estudia un total de 1.013 promocions (458 noves) i de 6.098 habitatges (2.217 ja presents a l'estudi de 2019).

Activitat

L'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya. 2020

Barcelona

708

Promocions



27,3%

Estan en
venda s/total

Total habitatges: 17.385
Habitatges en venda: **4.742**

Girona

132

Promocions



25,1%

Estan en
venda s/total

Total habitatges: 2.190
Habitatges en venda: 549

Tarragona

116

Promocions



25,6%

Estan en
venda s/total

Total habitatges: 1.979
Habitatges en venda: **506**

Lleida

57

Promocions



24,0%

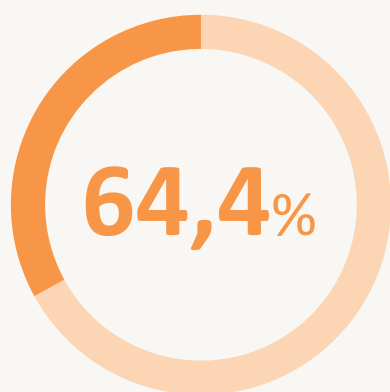
Estan en
venda s/total

Total habitatges: 1.256
Habitatges en venda: **301**

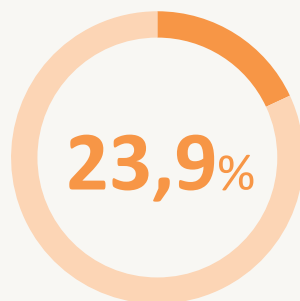
Situació de les promocions a la venda

L'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya. 2020

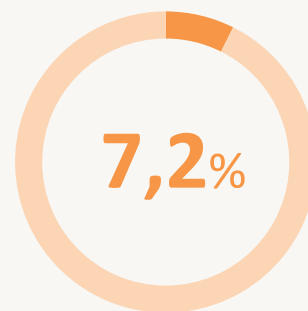
Del total de promocions a la venda a Catalunya analitzades en l'estudi:



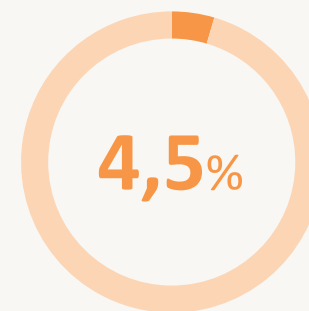
són de tipologia **Plurifamiliar de bloc tancat** (entre mitjaneres).



Plurifamiliar de bloc obert



Unifamiliars adossats

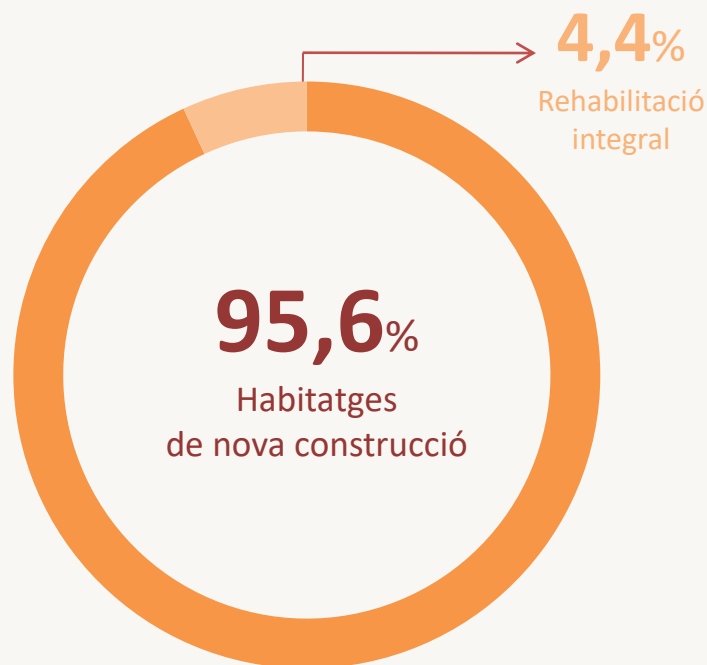


Unifamiliars aïllats

Rehabilitació i estat dels habitatges

L'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya. 2020

Del total d'habitatges amb rehabilitació integral registrats a la venda a Catalunya, el 93,6% es concentra a la província de Barcelona, i de forma molt destacada a Barcelona ciutat, on dels 812 habitatges en venda 232 están en promocions de rehabilitació integral.



6.098

habitatges
en oferta

2.415

acabats

(39,6% s/total habitatges
en oferta)

3.683

en construcció

(60,4% s/ total habitatges
en oferta)

Característiques dels habitatges

L'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya. 2020

Les principals tipologies en oferta són els habitatges de 3 dormitoris i 2 banys (40,3%) i de 2 dormitoris i 2 bany (15,3%).



- Els **tipus loft** es caracteritzen per tenir un sol espai, amb un bany, i majoritàriament disposa de cuina americana.
- Els d'**1 dormitori** tenen un sol bany (79,4%) i cuina americana (65,8%).
- Els de **2 dormitoris** més del 55% tenen més d'un bany, la cuina americana és majoritària a un 56,5%, i el 71,6% disposen de terrasses, balcons o patis.
- Els de **3 dormitoris** el 92,1% tenen més d'un bany, la cuina estàndard en el 58,8%, i el 68,6% disposen de terrasses, balcons o patis.
- Els de **4 dormitoris** el 99,5% tenen més d'un bany, el 67,0% cuina estàndard, gairebé el 81,3% disposa de terrasses, balcons o patis, i un 26,7% té safareig.
- Els de **5 o més dormitoris** tots tenen dos banys o més, cuina estàndard en un 77,3% tot i que s'observa una presència d'un 22,7% de cuines americanes, el 77,3% disposen de terrasses o balcons o patis, el 24,2% té safareig, i disposen de percentatges més amplis d'altres equipaments.

Qualitats i equipaments

L'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya. 2020

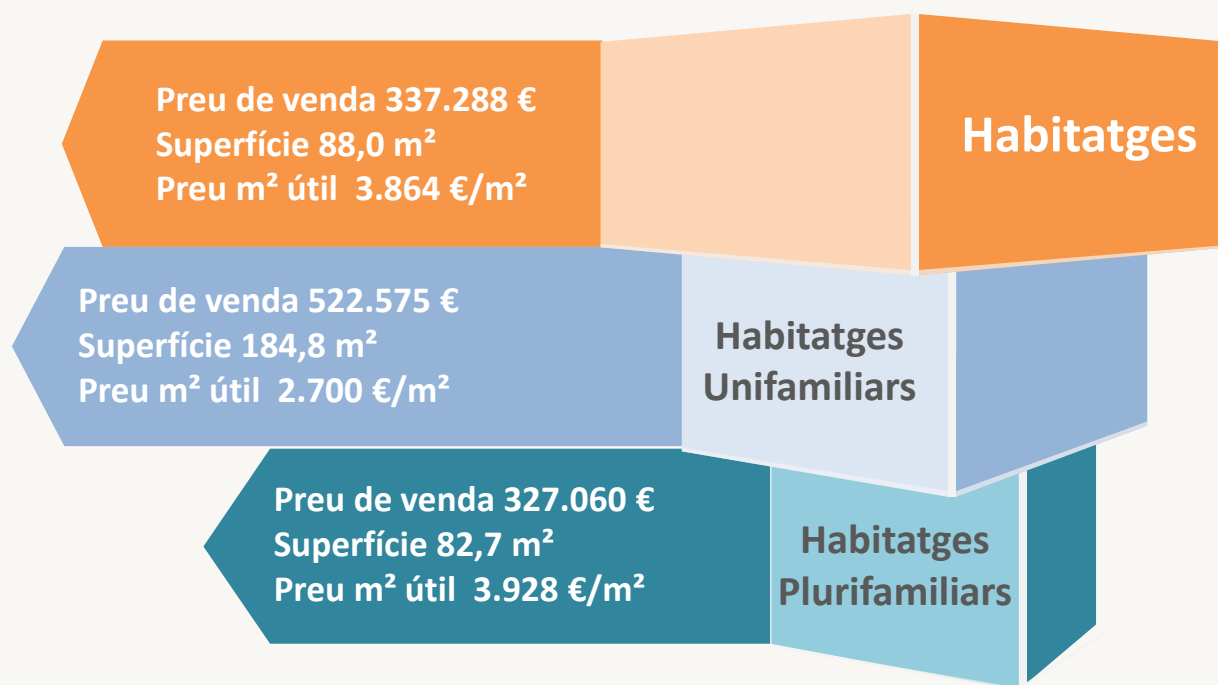


QUALITATS	
Bomba de calor (fred i calor)	57,6%
Placa d'inducció	53,4%
Calefacció	52,6%
Parquet	46,6%

EQUIPAMENTS	
Ascensor	86,5%
Piscina comunitaria	48,2%
Traster	46,0%
Zona enjardinada	35,1%

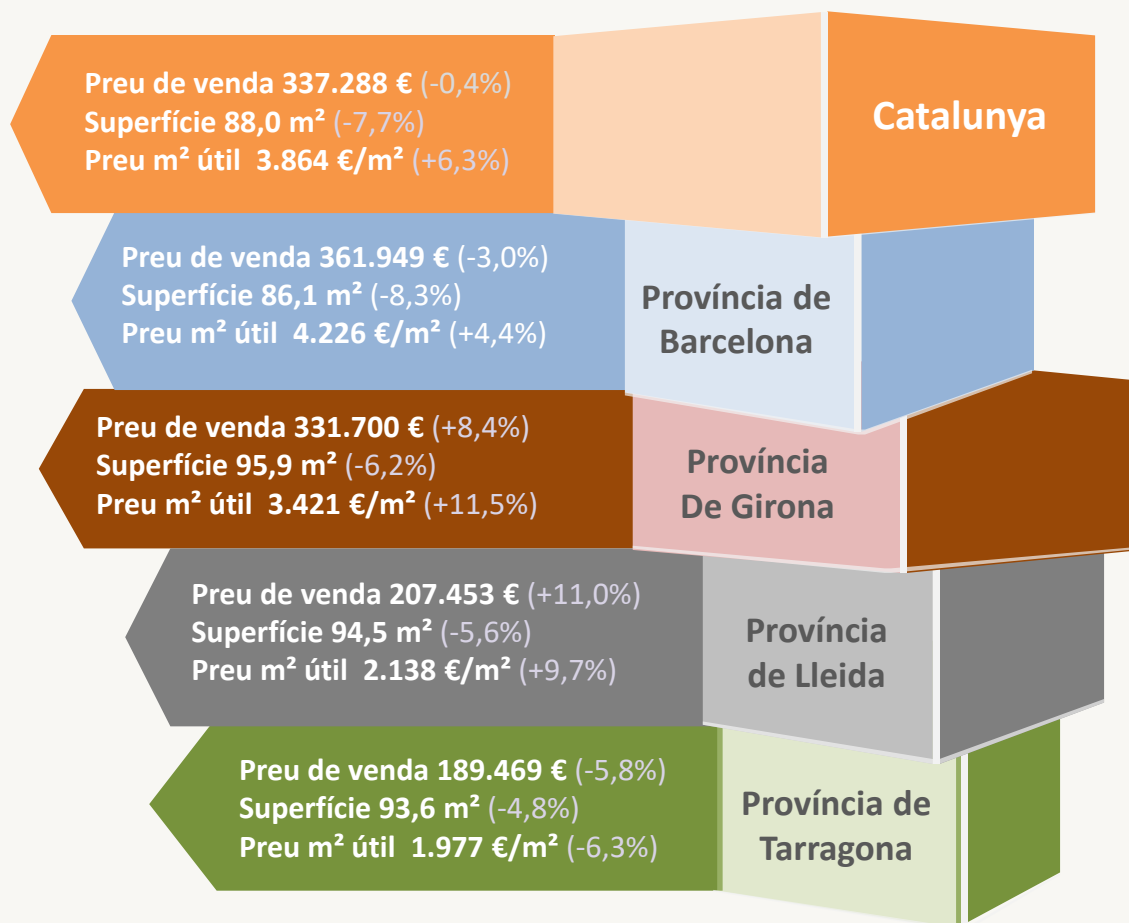
Dades mitjanes

L'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya. 2020



Catalunya per províncies

L'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya. 2020



Àmbits Territorials

L'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya. 2020

	Total habitatges			Habitatges unifamiliars			Habitatges Plurifamiliars		
	Superfície mitjana (m² útils)	Preu de venda de l'habitatge (€)	Preu de venda per m² útil (€)	Superfície mitjana (m² útils)	Preu de venda de l'habitatge (€)	Preu de venda per m² útil (€)	Superfície mitjana (m² útils)	Preu de venda de l'habitatge (€)	Preu de venda per m² útil (€)
Metropolità	85,9	371.829	4.347	201,4	641.088	3.038	82,1	363.019	4.390
Comarques Gironines	95,9	332.446	3.429	185,2	563.283	2.767	82,8	298.499	3.527
Camp de Tarragona	101,1	253.824	2.595	169,3	385.794	2.404	80,7	214.232	2.653
Terres de l'Ebre	66,8	67.413	1.019	-	-	-	66,8	67.413	1.019
Ponent	91,4	183.606	1.980	203,1	321.250	1.589	89,5	181.283	1.987
Comarques Centrals	83,0	250.413	2.981	113,9	247.500	2.216	82,6	250.451	2.991
Alt Pirineu i Aran	108,2	306.103	2.789	131,6	353.910	2.660	106,5	302.748	2.798
Penedès	94,8	277.340	3.049	163,3	345.736	2.162	87,1	269.675	3.149

Barcelona

Anàlisi per províncies

Amb la superfície més reduïda (86,1 m²) respecte de les províncies de Girona, Tarragona i Lleida, se situen els habitatges dels municipis de la província de Barcelona que, alhora, tenen el preu més elevat (361.949€) i lògicament el preu per m² útil més alt (4.226€)



Preu de venda 361.949 €
Superfície 86,1 m²
Preu m² útil 4.226 €/m²

Habitatges

Preu de venda 606.850 €
Superfície 197,2 m²
Preu m² útil 2.947 €/m²

**Habitatges
Unifamiliars**

Preu de venda 353.784 €
Superfície 82,4 m²
Preu m² útil 4.269 €/m²

**Habitatges
Plurifamiliars**

Corones Metropolitanes

L'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya. 2020

BCN CIUTAT	609.704 € Preu de venda	83,6 m ² Superfície	7.059 €/m ² Preu m ² útil
---------------	----------------------------	-----------------------------------	--

*	Total habitatges	Habitatges Unifamiliars	Habitatges Plurifamiliars
PRIMER CORONA	Preu de venda 331.901 € Superfície 81,7 m ² Preu m ² útil 4.067 €/m ²	Preu de venda 977.008 € Superfície 221,5 m ² Preu m ² útil 4.338 €/m ²	Preu de venda 322.828 € Superfície 79,7 m ² Preu m ² útil 4.063 €/m ²
SEGONA CORONA	Preu de venda 337.872 € Superfície 91,2 m ² Preu m ² útil 3.815 €/m ²	Preu de venda 601.863 € Superfície 215,4 m ² Preu m ² útil 2.745 €/m ²	Preu de venda 320.499 € Superfície 83,1 m ² Preu m ² útil 3.885 €/m ²
TERCERA CORONA	Preu de venda 282.072 € Superfície 86,9 m ² Preu m ² útil 3.272 €/m ²	Preu de venda 576.984 € Superfície 183,4 m ² Preu m ² útil 3.041 €/m ²	Preu de venda 274.136 € Superfície 84,3 m ² Preu m ² útil 3.278 €/m ²
QUARTA CORONA	Preu de venda 263.646 € Superfície 85,5 m ² Preu m ² útil 3.150 €/m ²	Preu de venda 401.156 € Superfície 186,6 m ² Preu m ² útil 2.160 €/m ²	Preu de venda 260.612 € Superfície 83,3 m ² Preu m ² útil 3.171 €/m ²

* Municipis que formen part de cadascuna de les corones:

Primera: Badalona, Cornellà de Llobregat, Esplugues de Llobregat, Hospitalet de Llobregat, Sant Adrià de Besòs, Sant Feliu de Llobregat, Sant Joan Despí, Sant Just Desvern i Santa Coloma de Gramenet.

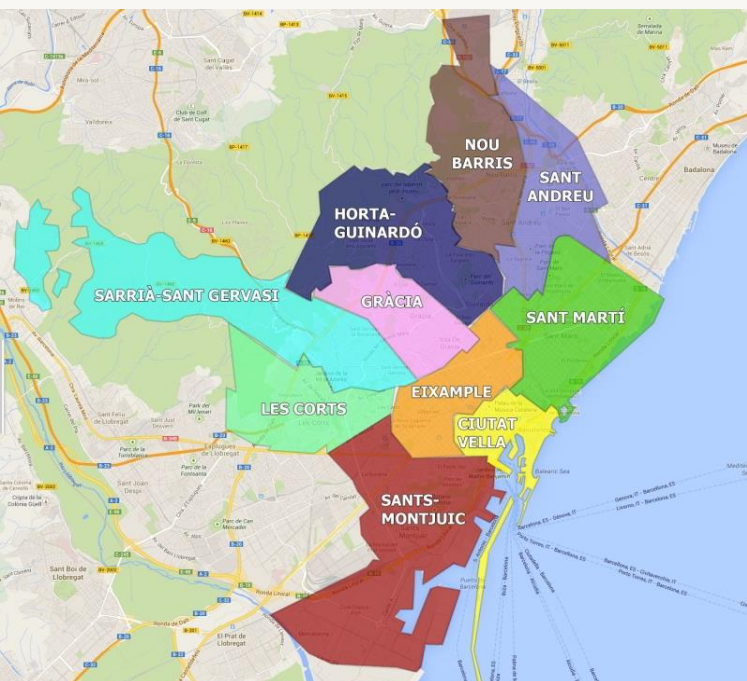
Segona: Cerdanyola del Vallès, Gavà, Masnou, Molins de Rei, Mollet del Vallès, Montcada i Reixac, Prat de Llobregat, Ripollet, Sant Andreu de la Barca, Sant Boi de Llobregat, Sant Cugat del Vallès i Viladecans.

Tercera: Castelldefels, Granollers, Martorell, Mataró, Rubí, Sabadell i Terrassa.

Quarta: Igualada, Malgrat de Mar, Manresa, Vic, Vilafranca del Penedès i Vilanova i la Geltrú.

Barcelona ciutat

L'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya. 2020



Barcelona

189

Promocions



26,2%

Estan en
venta s/total

Habitatges en oferta: 812

Els districtes amb major nombre de promocions són:

Sant Martí (33), Eixample (32) i Horta-Guinardó (30).

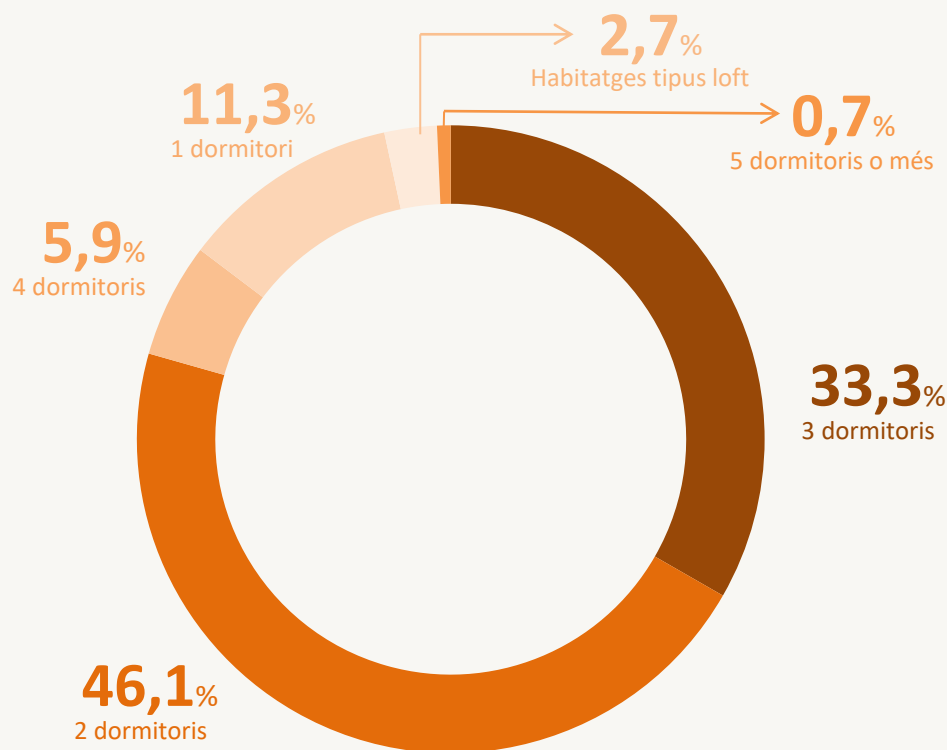
Els districtes amb menys:

Nou Barris (6) i Sarrià-Sant Gervasi (10) i les Corts (12).

Característiques dels habitatges a Barcelona ciutat

L'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya. 2020

A Barcelona és on la rehabilitació integral té més presència, assolint el 28,6% dels habitatges en venda. El tipus d'habitatge més comú és el de 3 dormitoris i 2 banys i/o lavabos, que suposa el 25,5% del total.



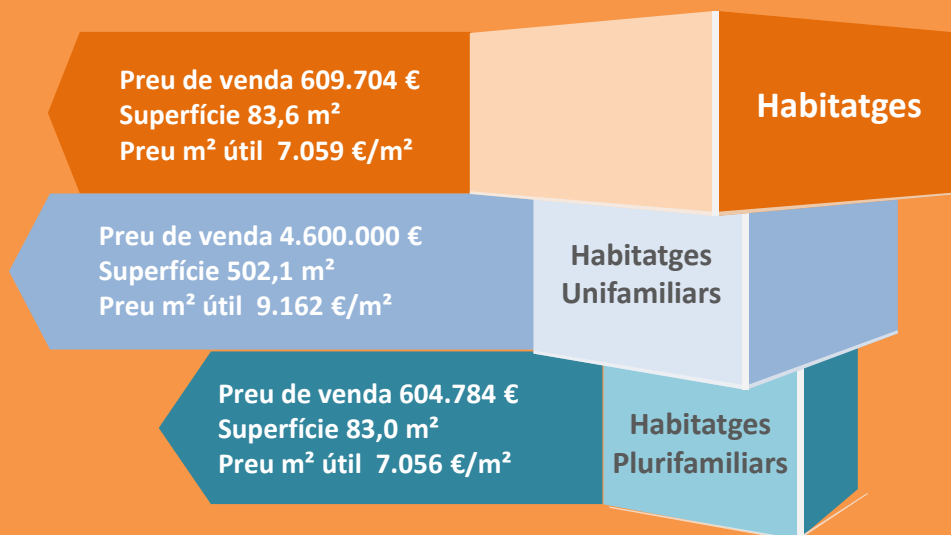
Barcelona ciutat

L'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya. 2020

L'oferta d'habitatges a la venda es concentra en la tipologia de 2 dormitoris (46,1%) i de 3 dormitoris (33,3%).

Les mitjanes configuren un habitatge a Barcelona de 83,6 m² amb un preu de 609.704 € i un preu del m² de superfície útil de 7.059 €.

El preu del m² útil més elevat s'obté a l'Eixample (9.991 €) i el més baix a Nou Barris (5.021 €).



Barcelona ciutat

L'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya. 2020

Del comparatiu anual es desprèn una reducció del preu m² de superfície útil (-3,2%), que comporta també un descens en el preu de l'habitatge (-9,8%) i una variació a la baixa de la superfície (-9,9%).

Barcelona baixa el preu per m² útil en 3 dels seus districtes: Sants-Montjuïc, les Corts i Gràcia

	2019	2020	% Variació 20/19
Superfície mitjana	92,8	83,6	-9,9
Preu de venda	675.946	609.704	-9,8
Preu de venda per m ² útil	7.293	7.059	-3,2

	Preu m ² superfície útil		
	2019	2020	% Variació 20/19
Ciutat Vella	7.973	8.412	+5,5
Eixample	9.118	9.991	+9,6
Sants-Montjuïc	6.174	5.491	-11,1
Les Corts	9.004	8.224	-8,7
Sarrià-Sant Gervasi	8.163	9.968	+22,1
Gràcia	7.201	6.656	-7,6
Horta-Guinardó	4.637	5.236	+12,9
Nou Barris	3.706	5.021	+35,5
Sant Andreu	5.322	5.427	+2,0
Sant Martí	6.313	6.585	+4,3



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS DE CATALUNYA

L'OFERTA D'HABITATGES DE NOVA CONSTRUCCIÓ A CATALUNYA. 2020



ASSOCIACIÓ DE PROMOTORS DE CATALUNYA

DOSSIER PREMSA

Estudi de l'oferta d'habitatges
de nova construcció a Catalunya
2020

17 de febrer de 2021

Estudi de l'oferta d'habitatges de nova construcció a Catalunya. 2020

L'estudi ha inclòs els 99 municipis de Catalunya més rellevants en l'àmbit de l'habitatge, en els quals s'han inventariat 1.013 promocions d'obra nova amb un total de 6.098 habitatges a la venda.

De tots els municipis analitzats, el que compta amb més presència d'oferta és el de Barcelona, amb un total de 189 promocions i 812 habitatges en venda, seguit per Sabadell, l'Hospitalet de Llobregat, Badalona, Vilanova i la Geltrú, Sant Cugat del Vallès, Terrassa, Mataró, Lleida, i Girona. Per contra, els municipis amb menys presència de promocions i habitatges són Cervera, Gadesa, El Pont de Suert, Ripollet, Sant Sadurní d'Anoia, i la Seu d'Urgell.

CATALUNYA

Promocions i habitatges

L'Estudi de l'Oferta d'Habitatge de Nova Construcció a Catalunya que realitza anualment l'Associació de Promotors de Catalunya (APCE) ha analitzat en 2020 els 99 municipis més rellevants en l'àmbit de l'habitatge a Catalunya, en els quals s'han censat 1.013 promocions d'obra nova i un total de 22.810 habitatges, de les quals 6.098 estan a la venda, és a dir un 26,7%. En 2020 s'han registrat 13 promocions més respecte a l'any anterior, però el nombre total d'habitatges a la venda s'ha reduït de 8.376 registrats en 2019 a 6.098 en 2020, és a dir un 27,2% menys.

Aquesta oferta activa -en funció de les promocions- és bastant heterogènia, depenent de variables de diferent signe: per exemple, entre les 708 promocions dels municipis de la província de Barcelona es registra un 77,8% dels habitatges en oferta, mentre que entre les 57 promocions existents dels municipis de la província de Lleida el percentatge d'habitatges en oferta es redueix al 8,3%.

En general, del 26,7% d'habitatges en venda en el conjunt de les promocions analitzades en l'estudi, un 39,6% corresponen a habitatges en promocions finalitzades, i un 60,4% a habitatges de promocions en diferents fases constructives.

Per tipologies edificatòries, destaquen les promocions de plurifamiliar de bloc tancat, concretament el 64,4% de les promocions, mentre que les de plurifamiliar de bloc obert aconsegueixen el 23,9%. A una certa distància, se situen les unifamiliars adossades (7,2%) i les unifamiliars aïllades (4,5%).

La major part dels habitatges inclosos en l'estudi són d'obra nova (95,6%), reduint-se la rehabilitació integral a

un 4,4%, que es concentra en els municipis de la província de Barcelona (93,6%) i de forma molt destacada a la ciutat de Barcelona.

Característiques

Les principals tipologies en oferta en els municipis catalans estudiats són els habitatges de 3 dormitoris i 2 banys (40,3%). Amb percentatges menors, però significatius es contemplen els habitatges de 2 dormitoris i 2 banys (15,3%), les de 4 dormitoris i 2 banys (12,1%) i les de 2 dormitoris i 1 bany (11,7%).

Tot i que les característiques dels habitatges estan subordinades a variables territorials, el tipus d'habitatge mitjà a la venda a Catalunya per tipologia de dormitoris és el següent: Els tipus loft (63); els d'un dormitori (272) els de 2 dormitoris (1.688); els de tres dormitoris (2.914); els de quatre dormitoris (1.095), i els de cinc o més dormitoris (66).

Qualitats i equipaments

Les qualitats més recurrents en els habitatges són: la bomba de calor -fred i calor- (57,6%), la placa d'inducció (53,4%), la calefacció (52,6%), el parquet (46,6%), els armaris de paret (38,5%), la placa de cocció vitroceràmica (18,9%) i l'aire condicionat (18,2%). Per sota del deu per cent també es troben les plaques solars, la pre-instal·lació de l'aire condicionat o bomba de calor i la placa de cocció amb gas.

Respecte dels equipaments, el més comú és l'ascensor (86,5%), seguit a certa distància per la piscina comunitària (48,2%), el traster (46,0%) i la zona enjardinada (35,1%).

CATALUNYA

Superfície i preus

En general, conforme augmenta la superfície també ho fa el nombre de dormitoris, situant-se la màxima recurrència en els habitatges de 2 dormitoris amb superfícies inferiors als 70 m² i en les de 3 dormitoris entre els 70 i els 100 m².

El 22,9% del conjunt d'habitatges en oferta de venda no supera els 210.000€; entre aquests habitatges se situen el 48,9% de les d'un dormitori. En la banda més alta es troben el 6,6% d'habitatges amb preus superiors als 600.000€, entre les quals es localitza el 57,6% de les de cinc o més dormitoris.

Entre els habitatges unifamiliars i plurifamiliars, únicament el 6,6% supera els 600.000€

La mitjana de la superfície útil dels habitatges en venda en els municipis estudiats és de 88 m², amb un preu de 337.288€ (3.864€/m² útil). Per sota de la mitjana de preu, a nivell general, se situen els habitatges d'un, de dos dormitoris, i de tres dormitoris. Tant per preu absolut com per preu/m² útil les de 5 dormitoris i més romanen per sobre de la mitjana.

Els **habitatges unifamiliars** obtenen mitjanes de superfície bastant més altes (184,8m²), així com de preu (522.575€), però el m² útil (2.700€/m²) se situa per sota la mitjana, evidenciant que el desplaçament a l'alça del preu no compensa el de la superfície.

Els **habitatges plurifamiliars** obtenen una mitjana de superfície de 82,7m², amb un preu de venda de 327.060€, i un preu de venda €/m² útil de 3.928€.

La mitjana de la superfície útil és de 88m², amb un preu de 3.864€/m² útil

Anàlisi per províncies

Els habitatges dels municipis estudiats de la **província de Girona** obtenen la mitjana més alta de superfície (95,9m²), quedant en segona posició quant a preu (331.700€) i a preu del m² útil (3.421€). Els municipis de la **província de Lleida** obtenen la segona posició en la mitjana de superfície (94,5m²) i se situen en tercera posició quant a preu (207.453€) i quant al preu del m² de superfície útil (2.138€). Els municipis de la **província de Tarragona** obtenen la tercera posició en la mitjana de superfície (93,6m²), i baixen a l'última posició respecte al preu mitjà (189.469€) i en el preu m² de superfície útil (1.977€). Finalment, amb la superfície més reduïda (86,1m²) se situen els habitatges dels municipis estudiats a la **província de Barcelona**, que alhora obtenen el preu més elevat (361.949€) i un preu per m² útil més alt (4.226€).

Vendes i hipoteques

El 50% de les vendes les realitza directament el promotor, el 5,2% de les vendes es vinculen mitjançant una immobiliària del mateix promotor i el restant 19,4% es duu a terme a través d'una immobiliària independent.

Comparativa 2020-2019

En 2020, els municipis estudiats registren un **nombre de promocions** superior en 13 unitats respecte de 2019, aconseguint les 1.013. En relació amb el nombre d'habitatges, el total de 2020 (6.098 habitatges) suposa un 27,2% menys que els 8.376 habitatges registrats en 2019. En definitiva, el cens dut a terme en 2020 suposa una important renovació de les unitats mostrals: el 45,2% de les promocions són de nova incorporació i pel que fa als habitatges, es van incorporar un 63,4% de noves respecte a l'any anterior.

Per **tipologies de promoció**, destaca l'increment en un 5,4% de les promocions de bloc obert, en detriment relatiu de la resta de promocions, que veuen reduïda la seva participació. Si aquesta mateixa anàlisi es fa per habitatges, pràcticament no varien els números de 2020 en relació amb 2019 i, lògicament per la seva morfologia, els habitatges plurifamiliars són la majoria (94,8% en 2020, 94,4% en 2019).

CATALUNYA

La **superfície mitjana** dels habitatges a la venda en 2020 és de 88m², amb un descens del 7,4% respecte a 2019. Aquest descens es registra en els diferents tipus d'habitatge, a excepció del tipus loft, que registra un increment de superfície.

El **preu mitjà** de l'habitatge a la venda en els municipis estudiats a Catalunya en 2020 és de 337.288€, un 0,4% menor que el registrat en 2019. Aquest lleuger descens es deu al fet que, mentre el tipus loft i d'un dormitori presenten importants increments (85,7% i 35,8% respectivament), els de dos, tres i quatre dormitoris es mantenen pràcticament igual que en 2019, i els de cinc i més dormitoris baixen el seu preu en un 12%.

Pel que fa al **preu per m² útil**, en el conjunt dels municipis estudiats és de 3.864€, valor que suposa un preu superior en un 6,3% respecte del 2019. El comportament

per tipologies és bastant diferent: mentre que els habitatges tipus loft, les d'un dormitori i les de dos dormitoris incrementen el seu preu per sobre del 10%, els de tres i quatre dormitoris gairebé no presenten variació de preu, i els de cinc i més dormitoris redueixen el seu preu en un 15,1%.

Si aquestes mateixes consideracions sobre superfície, preu, i preu m² útil les despleguem sobre l'agrupació d'habitatges unifamiliars i plurifamiliars s'evidencien dos comportaments diferenciats:

- Els **habitatges unifamiliars** presenten resultats molt semblants a 2019, sense pràcticament cap variació.
- Els **habitatges plurifamiliars** veuen disminuïda la seva superfície (-8,2%), no presenten variació quant a preu, i registren un increment en el preu m² útil (6,4%).

PROVÍNCIA DE BARCELONA

Els municipis analitzats en l'estudi que pertanyen a la província de Barcelona fan que aquesta se situï en primera posició pel que fa a la mitjana de preu (361.949€) i també en quant al preu euro/m² de superfície útil (4.226€), ambdós influenciats pel municipi de Barcelona que incideix sobre les mitjanes de forma determinant, tant per la seva aportació quantitativa com qualitativa. Els preus per m² útil de la província de Barcelona també registren la incidència -en menor mesura- dels municipis d'Esplugues de Llobregat, Sitges, Sant Cugat del Vallès i Sant Feliu de Llobregat. Barcelona se situa com la quarta província pel que fa a la mitjana de superfície, de 86,1m².

El número de promocions en oferta als municipis estudiats en la província de Barcelona l'any 2020 era de 708, amb 4.742 habitatges, xifra que representa el 69,9% del total de les promocions estudiades. El percentatge d'habitatges que restaven per vendre és del 27,3% sobre un total de 17.385 habitatges existents dins les promocions (en el moment d'elaborar aquest estudi ja estaven venuts més de la meitat dels habitatges, majoritàriament sobre plànol).

El 73% dels habitatges existents ja estaven venuts en el moment d'elaborar l'informe

Els municipis analitzats situats a la província de Barcelona fan que la superfície mitja provincial sigui de 86,1 m², el preu de venda de 361.949€, i el preu del m² útil de 4.226€. Pels **habitatges unifamiliars** aquestes quantitats són de 197,2 m², 606.850€, i de 2.947€ respectivament. Pel que fa als **habitatges plurifamiliars**, la superfície mitja provincial -en base als municipis estudiats situats a la província- és de 82,4 m², amb una mitjana de preu de venda de 353.784€, i un preu mitjà per m² útil de 4.269€.

Corones¹ 2020

Per corones metropolitanes, la relació de superfícies i preus mitjans és la següent:

Corones Metropolitanes	Superfície (m²)	Preu venda (€)	Preu m²/útil (€)
Barcelona ciutat	83,6	609.704	7.059
1a corona	81,7	331.901	4.067
2a corona	91,2	337.872	3.815
3a corona	86,9	282.072	3.272
4a corona	85,5	263.646	3.150

Comparativa 2020-2019

Es registra una evolució descendent del preu dels habitatges als municipis estudiats pertanyents a la província de Barcelona. Concretament, la superfície mitjana disminueix un -8,3% respecte de 2019, el preu mitjà de l'habitatge ho fa en un -3,0%. Per contra, el preu per m² de superfície útil el 2020 s'incrementa en un 4,4% respecte de l'any anterior. .

Corones Metropolitanes	Superfície (m²) Var. 20/19	Preu venda (€) Var. 20/19	Preu m²/útil (€) Var. 20/19
Barcelona ciutat	83,6 (-9,9%)	609.704 (-9,8%)	7.059 (-3,2%)
1a corona	81,7 (-18,2%)	331.901 (-10,5%)	4.067 (+6,7%)
2a corona	91,2 (-7,1%)	337.872 (-2,4%)	3.815 (+8,0%)
3a corona	86,9 (-6,1%)	282.072 (+0,2%)	3.272 (+2,6%)
4a corona	85,5 (-0,1%)	263.646 (+12,0%)	3.150 (+9,1%)

¹ **Primera corona:** Badalona, Cornellà de Llobregat, Esplugues de Llobregat, L'Hospitalet de Llobregat, Sant Adrià de Besòs, Sant Feliu de Llobregat, Sant Joan Despí, Sant Just Desvern i Santa Coloma de Gramenet.

Segona corona: Cerdanyola del Vallès, Gavà, el Masnou, Molins de Rei, Mollet del Vallès, Montcada i Reixac, el Prat de Llobregat, Ripoll, Sant Andreu de la Barca, Sant Boi de Llobregat, Sant Cugat del Vallès i Viladecans.

Tercera corona: Castelldefels, Granollers, Martorell, Mataró, Rubí, Sabadell i Terrassa.

Quarta corona: Igualada, Malgrat de Mar, Manresa, Vic, Vilafranca del Penedès i Vilanova i la Geltrú.

MUNICIPI DE BARCELONA

A la ciutat de Barcelona, l'estudi d'aquest any 2020 inclou un total de 189 promocions (el 26,7% del total de la província de Barcelona), xifra que mostra la rellevància i la influència que té l'activitat promotora en la ciutat sobre la província. Del total d'habitatges dins les promocions estudiades a la ciutat (3.097) **únicament restaven a la venda el 26,2%**, la resta ja havien estat venuts en el moment d'elaborar aquest estudi.

Els **districtes amb major nombre de promocions** són Sant Martí (33), Eixample (32) i Horta-Guinardó (30). Els que disposen de menor nombre de promocions són Nou Barris (6), Les Corts (12) i Sarrià-Sant Gervasi (10).

Promocions i habitatges

Dels 3.097 habitatges pertanyents a les 189 promocions registrades a la ciutat de Barcelona, resta per vendre el 26,2%.

El comportament per districtes és força diferenciat i oscil·la entre Gràcia, on l'oferta és del 56,0% dels habitatges, a Sant Martí on aquesta oferta disminueix fins el 16,5%. Comportament que per barris evidencia encara més les diferències: a les Tres Torres la totalitat dels habitatges resten per vendre, o a el Camp d'en Grassot i Gràcia Nova, Sants – Badal, la Teixonera i el Congrés i els Indians, on resten per vendre més del 70% dels habitatges. En l'extrem contrari, la Bordeta, el Besós i el Marresme i la Maternitat i San Ramon, on resten per vendre el 2-3% dels habitatges.

Del 26,2% d'habitatges en oferta de venda, el 12,6% d'aquests estan acabats i el 13,6% estan en alguna fase constructiva.

L'oferta dels habitatges a la venda es concentra en la tipologia de 2 dormitoris (46,1%) i de 3 dormitoris (33,3%), reduint-se al 11,3% els d'1 dormitori i al 5,9% als de 4 dormitoris. Encara en percentatges menors es situen el 2,7% d'habitatges tipus loft i el 0,7% d'habitatges de cinc o més dormitoris.

El tipus d'habitatge més comú a la ciutat de Barcelona és el de tres dormitoris i dos banys i/o lavabos.

El 28,6% dels habitatges en venda són rehabilitacions integrals que es troben a la ciutat de Barcelona

A la ciutat de Barcelona és on la rehabilitació integral té més presència, assolint el 33,3% de les promocions que comporta el 28,6% dels habitatges en oferta. Per districtes, la presència de la rehabilitació integral és desigual, així a Les Corts és nul·la i hi ha districtes on conforma la majoria de l'oferta com Ciutat Vella (81,0%), l'Eixample (65,8%) i Sarrià-Sant Gervasi (56,0%). Situació que es reflecteix més nítidament si l'anàlisi es transporta a escala de barris, registrant-se 28 barris (dels 51 barris de la ciutat amb promocions actives) sense cap habitatge en oferta provinent de la rehabilitació integral, mentre hi ha barris on la totalitat de la seva oferta prové de la rehabilitació integral: Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera, les Tres Torres, el Putxet i el Farró, la Vila de Gràcia i la Vila Olímpica del Poblenou.

Qualitats i equipaments

Les qualitats més recurrents en els habitatges a la venda a la ciutat són el parquet (66,5%), bomba de calor (instal·lada) fred i calor (65,6%) placa d'inducció (64,5%), calefacció (instal·lada) només calor (44,5%) i armaris encastats (35,3%). Amb una presència menor també es troben: placa de cocció vitroceràmica (13,7%), aire condicionat (instal·lat) només fred (11,2%), plaques solars (6,2%), pre-instal·lació d'A.C./ B. Calor/ Calefacció (1,0%) i placa de cocció amb gas (0,5%).

L'ascensor és l'equipament més comú a les promocions de la ciutat de Barcelona (91,0%). Amb percentatges menors, però significatius es registren un 34,9% dels habitatges amb traster i un 23,9% dels habitatges amb piscina comunitària.

Superfície i preu

En general, existeix una correspondència directa entre la superfície i el nombre de dormitoris de l'habitatge en oferta. Aquesta correspondència comporta que el 51,1% dels habitatges d'un dormitori tinguin superfícies iguals o inferiors als 50m², que el 51,3% dels habitatges de dos

MUNICIPI DE BARCELONA

dormitoris tinguin superfícies entre els 50 i 70m², que el 41,4% dels habitatges de tres dormitoris tinguin entre 70 i 90m² i que el 47,9% dels habitatges de quatre dormitoris tinguin superfícies entre els 90 i els 110m².

El ventall entre els 812 habitatges en oferta respecte a la superfície, el preu, i el preu per metre quadrat útil és amplíssim si s'observa pels districtes de la ciutat: serveixi a tall d'exemple la mitjana del preu màxim del metre quadrat útil que s'obté a l'Eixample (9.991€) i la mitjana del preu mínim que s'obté a Nou Barris (5.021€).

Així, la mitjana dels habitatges a la venda a la ciutat de Barcelona és de 83,6m² de superfície, amb un preu de 609.704€ i un valor mitjà del m² útil de 7.059€.

Comparació 2020-2019

L'any 2020 s'han registrat un total de 189 promocions, 20 menys que l'any 2019 en què es van registrar 209 promocions. En relació al nombre d'habitatges, el total de 2020 -812 habitatges- suposen un 24,1% menys que els 1.070 de 2019. Cal esmentar que de les 209 promocions de 2019, 94 (el 45%) ja han estat totalment venudes al 2020 i, en relació als habitatges de 2019 (1.070), el 72,2% ja han estat venuts.

En definitiva, el cens dut a terme en l'edició de 2020 suposa també al municipi de Barcelona una molt important renovació de les unitats mostrals: **el 39,2% de les promocions són de nova incorporació, i, en relació als habitatges, el 63,4% són de nova incorporació.**

La distribució per tipologies d'habitatge registrada el 2020 es força similar tant des de la perspectiva de la promoció com des de la perspectiva de l'habitatge, a l'estructura de 2019.

Indicar també que el 2020, en relació al 2019, la rehabilitació integral ha disminuït, assolint el 33,3% de les promocions i el 28,6% dels habitatges.

El preu de venda per metre quadrat útil dels habitatges a la venda s'ha reduït en relació a l'any 2019, en un 3,2% (que el situa en 7.059€). Aquesta reducció és el resultat d'un descens del preu del 9,8% (situant la mitjana en 609.704€) i una variació a la baixa de la superfície d'un 9,9% (situant la mitjana en 83,6 m²). Les variacions de preus presenten comportaments per districtes força diferenciats, així hi ha districtes que augmenten el preu m² útil com Nou Barris (35,5%), Sarrià-Sant Gervasi (22,1%)

i Horta-Guinardó (12,9%); i districtes amb variació negativa com la Sants - Montjuïc (-11,1%), Les Corts (-8,7%) i Gràcia (-7,6%).

Barcelona ciutat. Comparativa 2020-2019

	2019	2020	%Var. 20/19
Superfície	92,8 m ²	83,6 m ²	-9,9%
Preu habitatge	675.946€	609.704€	-9,8%
Preu m ² sup. Útil	7.293€	7.059€	-3,2%

Barcelona Ciutat per districtes. Comparativa 2020-2019

Preu m ² superfície útil	2019	2020	%Var. 20/19
Ciutat Vella	7.973	8.412	+5,5%
Eixample	9.118	9.991	+9,6%
Sants- Montjuïc	6.174	5.491	-11,1%
Les Corts	9.004	8.224	-8,7%
Sarrià- Sant Gervasi	8.163	9.968	+22,1%
Gràcia	7.201	6.656	-7,6%
Horta- Guinardó	4.637	5.236	12,9%
Nou Barris	3.706	5.021	+35,5%
Sant Andreu	5.322	5.427	+2,0%
Sant Martí	6.313	6.585	+4,3%



Àrea de Comunicació:
93.237.49.67 - comunicacio@apcecat.cat



CURSO/GUÍA PRÁCTICA PROMOTOR INMOBILIARIO

**Gestión y viabilidad de una
promoción inmobiliaria**





Índice

¿QUÉ APRENDERÁ?	22
Introducción.	24
¿Cómo comenzar a ser un promotor inmobiliario?	24
¿Qué hace un promotor inmobiliario?	25
¿Necesita mucho capital para comenzar?	25
¿Cómo comenzar en el camino del promotor inmobiliario?	25
PARTE PRIMERA.	27
Viabilidad organizativa: especialización	27
Capítulo 1. Una promotora inmobiliaria desde dentro.	27
1. La coordinación de departamentos en la promoción inmobiliaria.	27
a. Departamentos de una promotora inmobiliaria y competencias en la planificación.	28
Departamento técnico de desarrollo.	28
Plan operativo Técnico de Desarrollo de la Promoción. Gestión de suelo, proyectos, licencias, servicios, etc.	28
Departamento técnico de ejecución material de la promoción.	28
Plan Operativo Técnico de Ejecución. Plan de ejecución de las obras. Plan de contratación y Plan de compras.	28
Departamento comercial.	28
Plan de Marketing inmobiliario.	28
Departamento administrativo y económico-financiero.	28
Plan financiero, Plan de Tesorería, Presupuesto de la Promoción y del seguimiento y control de dicho presupuesto.	28
b. Planificación y ejecución de una promoción inmobiliaria.	29
c. Control de Gestión de una promoción inmobiliaria.	29
d. División jerarquía de una promotora inmobiliaria por zonas geográficas.	29
e. Dirección de una promoción inmobiliaria específica.	30
Director de la promoción inmobiliaria.	30
Comité de la promoción inmobiliaria.	30
Director general de una promotora inmobiliaria	31
Director Departamento Técnico	31
Director Departamento Comercial	31
Director Departamento Económico-financiero	31
2. Organigrama de una promotora inmobiliaria.	31
Dirección de una promoción inmobiliaria.	31
Departamento técnico	31
Departamento comercial	32
Departamento económico-financiero	32
3. Coordinación organizativa entre las áreas de una inmobiliaria.	32
TALLER DE TRABAJO	34
Caso real: Dossier de una promotora inmobiliaria nacional con perfil conservador.	
Características: compra de suelo finalista y promociones en fase de preventa antes de empezar a construir.	34
Significativa cartera de viviendas en promoción	35
Ubicaciones estratégicas	35
Situación saneada	35
Plan de Negocio	35
Portafolio de activos de calidad y estructura financiera sólida	35
Desarrollo de un porcentaje significativo de la cartera actual	35
Ejecución de nuevas inversiones	35

Desinversión de activos no estratégicos	35
Líneas estratégicas	35
Nuevas adquisiciones de suelo para garantizar un nivel de actividad sostenible con presencia en los principales mercados	36
Establecer relaciones estables con entidades financieras para participar en el plan de desarrollo de la actividad promotora del grupo	36
Alianzas con inversores de referencia en el sector para aportar nuevas vías de crecimiento, asegurando la aportación de una gestión óptima a inversores financieros	36

CHECK-LIST 45

1. ¿Cuáles son los niveles de organización en una promotora? 45
2. ¿Por qué se deben fijar las relaciones de comunicación entre los departamentos de una promotora? 45
3. ¿Qué es el Comité de la promoción inmobiliaria? 45
4. ¿Para qué integrar toda la información de la promoción inmobiliaria? 45
5. ¿Cuándo es aconsejable descentralizar la organización de una promotora? 45
6. ¿Cómo mejoraría la interrelación VERTICAL y HORIZONTAL entre los departamentos de su promotora? 45

PARTE SEGUNDA 46

¿Qué es un proyecto inmobiliario? 46

Capítulo 2. ¿Qué es un proyecto inmobiliario? 46

1. Una promotora inmobiliaria: muchas empresas dentro de una sola. 46
 - a. Cada promoción inmobiliaria tiene su propia estructura. 46
 - b. Recursos humanos, técnicos y económicos de cada promoción inmobiliaria. 47
 - c. Gestión de cada promoción inmobiliaria (planificación, organización y control interno). 47
2. ¿Qué promoción inmobiliaria quiero hacer, pisos, oficinas, naves, etc.? 48
3. Planificar: anticiparse al futuro. 49
 - a. Planificación estratégica y operativa de una promotora inmobiliaria. 49
 - b. Planificación de los departamentos de una promoción inmobiliaria. 50
 - c. Gestión del riesgo de una promoción inmobiliaria. 50
4. ¿Qué se entiende por control de gestión? 51
 - a. Control de gestión de una promoción inmobiliaria. 51
 - Control de ventas y costes. 51
 - Control presupuestario y flujos de caja. 51
 - b. Informes de gestión y cuadros de control de la actividad de una promotora inmobiliaria. 52
5. El control de gestión a través del presupuesto. 52
6. El control del "cash-flow". 54
 - Control económico de rentabilidad de una promoción inmobiliaria. 54
 - Control financiero para atender pagos de una promoción inmobiliaria. 54

Capítulo 3. Fases de un proyecto inmobiliario. 56

1. Fase inicial 56
 - a. Estudio de mercado de la demanda inmobiliaria de la zona. 56
 - b. Búsqueda de suelo disponible. 56
 - c. Información urbanística del suelo disponible. 57
 - d. Proyectos técnicos preliminares. Estudio geotécnico preliminar. 57
 - e. Solicitud preliminar de ofertas a proveedores y subcontratistas 57
 - f. Estudio económico del proyecto: viabilidad y costes. 58
2. Posicionamiento en suelo (compra, opción de compra, aportación de solar a cambio de edificación). 58

3. Fase inicial de comercialización y venta sobre plano.	58
4. Solicitud de licencia municipal de obras.	58
5. Fase financiera.	59
a. Escrituras división horizontal y obra nueva	59
b. Préstamo promotor para subrogación del comprador inmobiliario.	59
6. Fase de desarrollo de la promoción inmobiliaria	59
a. Contratación de trabajos para la ejecución de las obras	59
b. Formalización contratos privados de preventa y compraventa.	59
c. Control, seguimiento y corrección de ejecución de obra y sus desviaciones.	60
7. Fase final	60
a. Acta de final de obra	60
b. Libro del edificio.	60
c. Obtención de licencias de primera ocupación.	61
d. Elevación a escritura pública de contratos privados compraventa.	61
Capítulo 4. Hitos de una promoción inmobiliaria.	62
1. Hitos de una promoción inmobiliaria.	62
Compra de suelo y estudio del mismo.	62
Financiación inmobiliaria.	62
Proyecto de ejecución y licitación de la obra.	62
Obra nueva y división horizontal. Formalización del préstamo promotor.	62
2. Cuadro de tesorería provisional sobre la base del estudio de viabilidad.	63
a. Cuadro de tesorería previsional.	63
b. Estudio de Viabilidad, así como un Presupuesto de Tesorería.	63
TALLER DE TRABAJO	65
Proceso de elaboración del Estudio de Viabilidad de la promoción inmobiliaria.	65
1. Estudio del suelo.	65
2. Anteproyecto de construcción y estimación de los costes de ejecución de obra.	65
3. Provisión de gastos administrativos.	65
4. Ponderación de precios de venta inmobiliaria.	65
Capítulo 5. Todo el papeleo. Desde la compra del solar a la conclusión del edificio.	66
1. No es fácil, la promoción inmobiliaria requiere de mucha técnica y profesionalidad.	66
2. Hay que tomar precauciones y contratar un buen seguro.	68
3. Hay que preparar proyectos y estudios técnicos.	69
Estudio urbanístico de viabilidad de la promoción	69
Estudio registral de viabilidad de la promoción inmobiliaria	69
Estudio de mercado de viabilidad de la promoción	69
Estudio financiero de viabilidad de la promoción	69
Estudio geotécnico del terreno	69
Proyecto de demolición (en su caso)	69
Proyecto básico arquitectónico	69
Proyecto de ejecución arquitectónico	69
Proyecto de Seguridad y Salud	69
Proyecto de urbanización (en su caso)	69
Estudios de oferta de las empresas constructoras a seleccionar	69
Plan de Seguridad (en caso de ser a la vez constructor)	69
4. Analizar la oferta y la demanda inmobiliaria de la zona.	70

5. La viabilidad económica de la promoción inmobiliaria.	71
6. Cuando ya haya decidido que promueve hay que volver a asegurarse con estudios más precisos.	71
7. El problema de la financiación inmobiliaria.	75
TALLER DE TRABAJO	78
Trámites y documentación de la promoción inmobiliaria.	78
TRÁMITES Y DOCUMENTACIÓN	79
Estudio de solares	79
Solicitud de información urbanística	79
Contrato con empresa de tasación para la compra del solar	79
Contrato de compraventa del terreno	79
Solicitud de domicilio fiscal	79
Escritura de constitución de hipoteca sobre el solar	79
Contrato con corredor de seguros para la contratación de las pólizas	79
Contrato con organismo de control técnico (OCT)	79
Contrato con empresa de control de calidad (geotécnico y seguimiento de obra)	79
Contrato con arquitecto (proyecto y dirección)	79
Contrato con aparejador (dirección de ejecución material de la obra)	79
Contrato con técnico de Seguridad y Salud (proyecto y seguimiento)	79
Contrato con ingeniero de telecomunicaciones	79
Solicitud de licencia de edificación y pago de tasas	79
Constitución de avales municipales	79
Obtención de la licencia y pago del impuesto de construcción	79
Contrato con constructor	79
Contrato con subcontratistas	79
Contrato con proveedores	79
Contrato de acometida con empresa suministradora de agua y alcantarillado	79
Contrato de acometida con empresa suministradora de energía eléctrica	79
Escritura de división horizontal y obra nueva	80
Confección de Estatutos de la Comunidad	80
Contrato con empresa de tasación para la ejecución de la obra	80
Escritura de constitución de hipoteca sobre la obra	80
Solicitud de instalación de vallas	80
Escritura de división horizontal y obra nueva	80
Confección de Estatutos de la Comunidad	80
Contrato con empresa de tasación para la ejecución de la Obra	80
Escritura de constitución de hipoteca sobre la obra	80
Solicitud de instalación de vallas	80
Acta de replanteo	80
Construcción material del edificio	80
Contrato de vigilancia de obra	80
Contrato con adquirentes de viviendas en construcción	80
Certificado final de obra	80
Acta de recepción de obra	80
Solicitud de licencia de primera ocupación	80
Obtención de licencia de primera ocupación la	80
Boletines para la contratación del agua	80
Boletines para la contratación de la energía eléctrica	80
Escritura de distribución del crédito hipotecario	80
Escritura de compraventa de viviendas y locales	80
Escritura de subrogación o de cancelación de hipotecas	81
Confección y entrega del libro del Edificio	81
Alta fiscal del edificio	81
Alta en el Catastro	81
Liquidación de la promoción	81
TALLER DE TRABAJO	86



Funciones profesionales del técnico de promociones inmobiliarias en promotora inmobiliaria. _____ 86

- Definición, desarrollo y supervisión del Anteproyecto, Proyecto Básico y Proyecto de Ejecución mediante su propio equipo o medios externos (Estudios de Arquitectura e Ingenierías). _____ 86
- Vigilar la optimización técnico-económica de las promociones. _____ 86
- Controlar y coordinar el trabajo de las empresas intervinientes, tales como Estudios de Arquitectura, OCT, Dirección Facultativa, DEO y Constructora para el desarrollo de las promociones de la Compañía. _____ 86
- Petición de ofertas a Empresas Constructoras, validación de las mismas, comparativo de ofertas, propuesta de adjudicación. _____ 86
- Llevar a cabo la planificación económica, el seguimiento y el control de costes. _____ 86
- Supervisar la Ejecución de Obra, Incidencias Técnicas y Postventa. _____ 86
- Responder ante la Dirección General plazo, coste y calidad del producto entregado. _____ 86
- Representar a la compañía ante organismos oficiales. _____ 86
- Apoyo a la Dirección Comercial en la relación con los clientes. _____ 86
- Dominio de aplicaciones informáticas de CAD y PRESTO, BIM y Microsoft Project. _____ 87

CHECK-LIST _____ 88

1. ¿Por qué cada promoción debe ser una unidad de negocio independiente? _____ 88
2. ¿Qué recursos destinar a cada promoción inmobiliaria? _____ 88
3. ¿Cómo controlar una promoción inmobiliaria? _____ 88
4. Desarrolle esta fase en una promoción inmobiliaria que Ud elija: qué tengo, para qué lo quiero, cómo administro lo que tengo. _____ 88
5. Desarrolle un ejemplo de presupuesto de una promoción inmobiliaria y proponga un método de control de "lo que recibe por la venta" y los gastos por suelo y edificación. _____ 88

PARTE TERCERA. _____ 89

Viabilidad técnica: dos pasos por delante antes de dar el primero. _____ 89

Capítulo 6. Fases de una promoción inmobiliaria. _____ 89

1. Diferentes fases. _____ 89
 - a. Fase de Estudio Preliminar _____ 89
 - La fórmula matemática del encaje estratégico de un solar. _____ 89
 - Estudio técnico y estudio comercial. _____ 90
 - Un estudio económico-financiero. _____ 91
 - b. Fase de Producción _____ 91
 - Redacción del proyecto de edificación _____ 91
 - Licencia de obras. _____ 92
 - Garantías de cantidades entregadas a cuenta por los compradores de vivienda sobre plano. _____ 92
 - Declaración de Obra Nueva y División Horizontal _____ 92
 - Control de obra durante el proceso de edificación. _____ 92
 - c. Fase de Comercialización _____ 93
2. Análisis de posibles riesgos a detectar en el control de la gestión en las diferentes fases de una promoción inmobiliaria. _____ 96
 - a. Control de riesgos en las fases de la promoción inmobiliaria. _____ 96
 - Planificación general del proyecto _____ 96
 - Fase inicial de información y predefinición del proyecto. _____ 96
 - Fase de viabilidad y diseño del producto. _____ 96
 - Planificación operativa (desarrollo) de la promoción _____ 96
 - Adquisición de suelo _____ 96
 - Proyectos, licencias y permisos. _____ 96
 - Contrataciones y adjudicación de obra _____ 96
 - Ejecución de la obra. _____ 96

Fase comercial y venta.	96
Fase financiera.	96
Ocupación de los inmuebles.	96
Fase de postventa.	96
Fase inicial de información y predefinición de la promoción	96
Fase de viabilidad y diseño del producto inmobiliario (ej. Demanda)	96
Diseño erróneo del producto inmobiliario (ej. condiciones del mercado).	96
Estudio erróneo de viabilidad económico-financiera	96
Fase de adquisición de suelo (incertidumbres y vicios ocultos).	97
Fase de proyectos, licencias y permisos (plazos y cláusulas de penalización).	97
Fase de contrataciones y adjudicación de obras.	97
Fase de ejecución de obra (desviaciones).	98
Fase comercial. Comercialización y venta (ritmos de venta).	98
Fase financiera.	99
Fase de entrega y ocupación de los inmuebles.	100
Fase de postventa inmobiliaria.	100
b. Prevención de riesgos en la promoción inmobiliaria y seguros.	100
CHECK-LIST	103
1. ¿Qué fórmula le indica a simple vista si un solar es RENTABLE o no?	103
2. ¿Por qué hacer un estudio técnico (distribución de volúmenes) y un estudio comercial (¿este solar es una mina!)?	103
3. Defina un tipo de promoción residencial según zona. ¿Hacer locales o no?	103
4. Haga un proyecto de edificación para un solar en zona urbana consolidada.	103
5. ¿Dónde conviene ceder la comercialización y dónde se la puede reservar el promotor?	103
6. Haga un análisis de riesgos que puedan ocasionarse en una promoción inmobiliaria.	103
7. ¿Por qué hay que hacer un estudio de viabilidad?	103
Capítulo 7. Viabilidad técnica: con buen suelo, no hay mal promotor.	104
1. Introducción: compro suelo, urbanizo y vendo.	104
a. Fase de planeamiento urbanístico.	104
b. Fase de urbanización.	104
c. Fase de la promoción inmobiliaria.	105
La fase técnica de edificación.	105
La fase de comercialización.	105
La fase financiera.	105
2. Anticiparse al futuro de la zona: precauciones y "olfato".	105
a. Estudio preliminar de la zona.	105
b. ¿Cómo conocer la demanda?	106
3. Aprender de las promociones vecinas.	107
4. El informe técnico y el comercial son favorables: pero ¿qué debo prever?	107
Instrumentos y análisis de previsión de una promoción inmobiliaria.	107
a. Modelos de previsión.	107
Análisis estadístico de información histórica.	108
Análisis de regresión simple o múltiple.	108
b. Modelos de análisis.	108
5. Este suelo no tiene la edificabilidad que me prometieron.	108
a. La edificabilidad del terreno	108
Valorar si la edificabilidad está realmente agotada.	109
b. La información urbanística.	110
c. El suelo no es sólo urbanismo: el estudio geotécnico.	116

6. La clave: ¿qué y cuanto puede edificar?	117
La viabilidad técnica y estudio técnico de la promoción inmobiliaria.	117
Capítulo 8. ¿Cómo conocer a la competencia? Estudio de la Oferta.	120
1. ¿Para qué hacer el estudio de la oferta para una promoción inmobiliaria?	120
2. Clases de estudio de oferta de una promoción inmobiliaria.	120
Viabilidad comercial	120
Definición de la oferta inmobiliaria, productos precios y estrategia.	120
Durante la venta inmobiliaria (competencia y problemas de comercialización en promociones similares).	121
3. Ficha de encuesta	121
Datos de identificación de una promoción inmobiliaria.	121
Tipología inmobiliaria	121
Sistema de promoción inmobiliaria y venta.	121
Regímenes especiales como cooperativas de viviendas	121
Volumen de la oferta	122
Ritmo de venta inmobiliaria	122
Dotaciones comunes	122
Calidades de construcción	122
Precio y condiciones económicas	122
Tipo de comercialización (piso piloto, etc).	122
4. Metodologías de los estudios inmobiliarios.	123
5. Ritmo de ventas inmobiliarias.	123
6. Depuración de datos.	124
Capítulo 9. Edificabilidad y aprovechamiento urbanístico NO son lo mismo.	126
1. El aprovechamiento urbanístico es la base de la ejecución urbanística.	126
2. Diferencias entre edificabilidad y aprovechamiento urbanístico.	127
3. Clases de edificabilidad.	128
a. Edificabilidad física o techo edificable.	128
¿Qué es la edificabilidad física o bruta?	128
¿Qué es la edificabilidad urbanística?	128
b. Edificabilidad media y ponderada.	128
¿Qué es la edificabilidad media?	128
¿Qué es la edificabilidad ponderada?	128
c. Edificabilidad conforme al uso (residencial, terciaria e industrial).	129
¿Qué es la edificabilidad residencial?	129
¿Qué es la edificabilidad terciaria?	129
¿Qué es la edificabilidad industrial?	129
Capítulo 10. ¿Cómo calcular la edificabilidad de un solar?	130
1. Diferencia entre ocupación y edificabilidad.	130
2. La elevación de plantas para casar la edificabilidad con la ocupación.	131
3. Aprovechamiento lucrativo calculado en base a la edificabilidad. Ejemplo.	131
TALLER DE TRABAJO	132
Ejemplo de cálculo de edificabilidad	132
1. Localización de la parcela	132
2. Catastro	133
3. Cálculo de la edificabilidad	134
TALLER DE TRABAJO	135

Modelo de ordenanza municipal edificatoria.	135
1. Condiciones de edificabilidad.	135
Coeficiente de edificabilidad. Edificabilidad bruta y edificabilidad neta.	135
Superficie edificada por planta.	135
Superficie edificada total.	135
Superficie útil.	135
2. Condiciones de volumen y forma de los edificios.	135
Tipologías edificatorias.	135
CHECK-LIST	139
1. ¿Cómo anticiparse a otros promotores al descubrir una zona de inversión?	139
2. ¿Hay SUELO que genera demanda o hay DEMANDA que da valor al suelo?	139
3. ¿Es importante SABER lo que hace el PROMOTOR VECINO?	139
Capítulo 11. ¿Cómo comprar el mejor solar?	140
1. Seguir una dirección de negocio.	140
2. ¿Es vendible lo que se puede construir en el solar?	141
3. ¿Buscar solar o esperar las ofertas?	141
4. ¿Cuánto debo pagar por el solar?	142
Fórmulas para determina el precio a pagar por un solar (valor de repercusión, precios de venta, costes netos de construcción, etc.)	142
Capítulo 12. El mercado del suelo y la promoción inmobiliaria.	144
1. La gestión del suelo y su puesta en valor.	144
a. Los fondos de inversión inmobiliaria.	144
b. Cooperativas y gestoras de cooperativas de vivienda.	145
2. Clases de suelo en función de su proceso de maduración.	145
3. La fase de urbanización.	146
4. La importancia de la figura del agente urbanizador en el derecho autonómico.	147
5. Demanda de suelo finalista en grandes ciudades.	148
CHECK-LIST	156
¿Solar bien situado o no tan bien situado pero a mitad de precio?	156
¿Cómo saber en dos minutos cuanto pagar por un solar? ¿Cuál es la fórmula?	156
¿Cuándo hay que vender sobre plano?	156
PARTE TERCERA.	157
Viabilidad comercial: sólo se promueve lo que se vende.	157
Capítulo 13. Viabilidad comercial: ¿es vendible el producto?	157
1. Análisis del mercado: oferta y demanda.	157
Viabilidad comercial de la promoción inmobiliaria.	157
Los estudios de mercado. Análisis de la oferta y la demanda	157
Estudio de la oferta. Estudio de la competencia.	157
Estudio de la demanda.	157
Estudios de mercado.	157
El producto inmobiliario a promover.	157
2. ¿Qué es un estudio de mercado?	158
a. Ventajas de un estudio de mercado inmobiliario.	158
b. Clases de estudios de mercado inmobiliarios (viabilidad comercial, aprovechamiento	



urbanístico, económico-financiero).	159
c. Definición del producto inmobiliario.	159
d. ¿Es fiable la estadística que justifica los estudios de mercado?	159
e. Decisión sobre la estrategia inversora de una promoción inmobiliaria.	161
3. ¿Es vendible el producto que se puede promover?	161
Diseño óptimo del producto inmobiliario (resultados del estudio técnico y comercial).	161
4. ¿Por cuánto se puede vender?	162
TALLER DE TRABAJO	164
Modelo y esquemas de un estudio de mercado para una promoción inmobiliaria.	164
Situación de la promoción.	164
Tablas de promociones y promotores de la zona.	164
Ofertas inicial y actual para promociones.	164
Ofertas inicial y actual en base a tipologías.	164
Comparativa con promociones de la zona (ofertas iniciales y de ventas por tipologías).	164
Cuadros y gráficos de superficies.	164
Precios homogeneizados.	164
Precios unitarios.	164
Distribución de las ventas.	164
Calidades.	164
Fichas de promoción.	164
Modelo de encuesta.	164
CHECK-LIST	178
1. ¿Qué es un estudio de mercado?	178
2. ¿Cómo "vestir la promoción inmobiliaria" para que se venda?	178
Capítulo 14. La determinación de precio de venta. ¿Por cuánto se puede vender?	179
1. Todo depende de la oferta y el ritmo de ventas a conseguir.	179
2. Métodos de fijación de precio de venta.	180
a. En base a los costes	180
Coste añadiendo margen de beneficio.	181
Margen en el precio (no sobre los costes).	181
Método del beneficio objetivo (fijación del precio en función del beneficio).	181
b. En base al mercado y la competencia	182
Licitación de ofertas o concursos.	182
Método en función del nivel de precios y las promociones inmobiliarias de la competencia.	183
c. En base a los compradores / demanda	184
Análisis marginalista sobre la curva de demanda inmobiliaria.	184
Valor percibido por el consumidor sobre el producto inmobiliario.	184
Capítulo 15. Control de calidad en la promoción inmobiliaria.	186
1. En fases de proyecto	186
2. En fase de compra de materiales	186
3. En fase de ejecución de la obra	186
4. En fase de ejecución terminada	186
5. En todo el proceso de gestión.	187
6. En fase de relación con el cliente.	187
a. En el diseño del producto inmobiliario.	187
b. En la relación cliente/promotor inmobiliario.	188
c. Servicio de atención al cliente de una promotora inmobiliaria.	189
d. Personalización de la vivienda	189
e. Momento de entrega de la vivienda.	190

Capítulo 16. ¿Cómo establecer el precio correcto?	191
1. Precios en función del coste	191
2. Precios en función de un conocimiento superficial de la oferta	192
3. Precio adecuado y marketing de soporte.	193
4. Precio estratégico.	194
5. Precio con efecto psicológico en el cliente.	194
CHECK-LIST	196
¿Qué fórmulas utilizar para fijar el precio correcto de venta de una promoción inmobiliaria?	196
¿Qué es el precio estratégico?	196
Capítulo 17. Publicidad en la compraventa de inmuebles. Reglas a respetar por el promotor	197
1. Precauciones con la publicidad.	197
2. Medidas de protección que la normativa de consumidores y usuarios prevé para el comprador de vivienda.	198
3. Sanción por la infracción	203
TALLER DE TRABAJO	206
Cuidado con el folleto de publicidad. Lo que dicen los jueces.	206
PARTE CUARTA.	209
Viabilidad económica: la cuenta de la vieja ya no sirve.	209
Capítulo 18. Viabilidad económica: ¿cuánto me cuesta la promoción?	209
1. Análisis de los costes de una promoción inmobiliaria.	209
2. Clases de gastos en una promoción inmobiliaria.	210
a. Costes directos	211
Adquisición de suelo	211
Costes de desarrollo	211
Costes de ejecución material. (Urbanización, construcción, etc.).	213
Costes comerciales.	213
Costes Financieros.	214
Costes de Postventa.	214
b. Costes indirectos.	214
Recursos humanos.	214
Materiales.	215
Fiscales.	215
Jurídicos.	215
Financieros.	215
3. Estructura de los costes	215
a. Estructura de los costes directos	215
b. Estructura de los costes indirectos	216
4. Imputación de costes	216
5. La cuenta de explotación de las promociones inmobiliarias.	218
Cuenta de Resultados Provisional de una promoción inmobiliaria	219
"Cash-Flow" de una promoción inmobiliaria.	220
Depreciación en el "Cash-Flow"	222
La Planificación Temporal. Periodificación de los cobros y pagos.	223
Capítulo 19. Análisis de viabilidad económica.	226

1. La condición de viabilidad económica	226
2. Costes de la producción de solares edificables	228
3. Ingresos de la producción de solares edificables	229
Capítulo 20. Contabilidad de Costes y de Gestión.	231
1. Presupuesto de un proyecto de construcción.	231
a. El proceso presupuestario de proyectos de construcción en la actividad económica.	233
b. El proceso presupuestario de proyectos y la contabilidad de costes y de gestión.	233
c. Presupuesto de proyectos. Diferencias entre los presupuestos del proyectista independiente y de la empresa contratista	234
2. Metodología de cálculo de costes y elaboración de presupuestos.	235
3. Unidad de obra	235
a. Unidad de obra en Contabilidad de Costes y de Gestión.	235
b. Unidad de obra en presupuestos de proyectos de construcción.	235
c. Estado de mediciones	237
d. Partidas alzadas	237
e. Cuadros de precios	239
4. Costes de personal.	240
5. Costes de los materiales.	241
6. Precio unitario.	241
7. Precio descompuestos.	242
8. Precios auxiliares	244
9. Presupuestos	244
a. Presupuestos parciales	244
b. Presupuesto general	245
Presupuesto de ejecución material y por contrata	245
Presupuesto de ejecución por contrata	245
c. Los precios de coste en la base de datos de la edificación.	247
Definición de precios	248
1. Precio básico (PB)	248
2. Precio auxiliar (PA)	248
3. Precio unitario (PU)	248
4. Precio complejo (PC)	248
5. Precio funcional (PF)	249
Capítulo 21. Contabilidad de la obra.	250
1. Definiciones de precios.	250
Precio básico (PB)	250
Precio auxiliar (PA)	252
Precio unitario (PU)	252
Precio complejo (PC)	253
Precio funcional (PF)	253
2. Los precios en el banco de datos estructurado.	254
3. Sistemas de contabilidad de costes	255
4. Clasificación en costes directos e indirectos.	257
a. En la contabilidad de costes y de gestión.	257
b. Relación de elementos de costes directos e indirectos.	260
Capítulo 22. Definición de cada tipo de precio.	265
1. Precio de suministro (PSU)	265



2. Precio auxiliar (PA)	265
3. Precio unitario descompuesto y auxiliar.	266
a. Precio unitario descompuesto (PUD)	266
b. Precio unitario auxiliar (PUA)	267
c. Precios complejos descompuesto y auxiliar	267
d. Precio complejo auxiliar (PCA)	267
e. Precio funcional descompuesto (PFD)	268

Capítulo 23. Los precios de coste desde la contabilidad de costes y de gestión. 269

1. Exclusión de costes indirectos: precios auxiliares.	269
2. Desglose del coste total en diversos componentes o costes. precios descompuestos.	269
3. Referencia espacial del precio.	271
El coste de la unidad de obra como coste predeterminado.	272
El coste de la unidad de obra como coste predeterminado o estándar.	272
El coste de la unidad de obra como coste semicompleto.	272
El control de costes de la unidad de obra.	273
Coste real y coste estándar	273
Desviaciones en costes directos.	275
Clases de desviaciones: técnicas y económicas	275

PARTE QUINTA. 277

Viabilidad financiera: cuidado con los bancos.	277
---	------------

Capítulo 24. Viabilidad financiera. Me salen los números: ¿quién me lo financia? 277

1. Financiación a través de pagos a cuenta realizados por los Compradores antes de la entrega.	277
2. Viabilidad económico-financiera de una promoción inmobiliaria	278
a. El análisis económico-financiero de una promoción inmobiliaria.	278
b. Criterios de análisis estáticos.	279
c. Criterios de análisis dinámicos.	281
d. Los flujos de caja.	281
e. Esquema de etapas de un proyecto de inversión inmobiliario.	282
Análisis viabilidad económica. Proyecto inversión: promoción	282
Definición del proyecto.	283
Identificación de los flujos de caja -pagos e ingresos-.	283
Cuantificación de los flujos monetarios.	283
Calendario de flujos -fijación en el tiempo de pagos e ingresos-.	283
Obtención de los flujos netos del proyecto.	283
Cálculo de los indicadores económicos.	283
Análisis de sensibilidad y de soluciones alternativas.	283
f. Definición del proyecto inmobiliario.	283
g. Datos básicos de un proyecto inmobiliario.	283
Duración del proyecto inmobiliario.	283
Elección de la periodificación.	283
Finalización de la obra.	284
Tasa de actualización del promotor.	284
h. Criterios de análisis. El proyecto autofinanciado. La financiación externa. El proyecto, financiado	284
Proyecto autofinanciado	284
Costes.	284
Calendario de costes. Flujos de costes por partidas y totales.	284
Ingresos.	284
Calendario de ventas. Flujos por ingresos, por tipos y totales por periodo.	285

i. Financiación del proyecto inmobiliario.	285
Datos de la financiación.	285
Flujos y calendario de la financiación.	285
Entregas o cobros	286
Gastos del préstamo	286
j. Tasa interna de rendimiento (T.I.R.)	287
k. El valor actual neto (V.A.N.)	288
l. La tasa mixta de rendimiento. (T.M.R.)	288
m. La serie neta uniforme (S.N.U)	289
n. La tasa mixta de rendimiento (T.M.R.)	289
ñ. Sensibilidad o modificaciones de los resultados obtenidos en el proyecto inmobiliario.	289
Variaciones de las condiciones financieras	290
Variaciones en los costes del producto inmobiliario.	290
Variaciones en el calendario de ventas.	290
TALLER DE TRABAJO	292
El préstamo hipotecario promotor.	292
Capítulo 25. Tasación y valoración del patrimonio inmobiliario.	294
1. El régimen legal de las valoraciones.	294
Real Decreto Legislativo 7/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Suelo y Rehabilitación Urbana.	294
Artículo 34. Ámbito del régimen de valoraciones.	294
Artículo 35. Criterios generales para la valoración de inmuebles.	295
Artículo 36. Valoración en el suelo rural.	296
Artículo 37. Valoración en el suelo urbanizado.	297
Artículo 38. Indemnización de la facultad de participar en actuaciones de nueva urbanización.	298
Artículo 39. Indemnización de la iniciativa y la promoción de actuaciones de urbanización o de edificación.	298
Artículo 40. Valoración del suelo en régimen de equidistribución de beneficios y cargas.	299
Artículo 41. Régimen de la valoración.	300
REGLAMENTO DE VALORACIONES DE LA LEY DE SUELO	300
Real Decreto 1492/2011, de 24 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento de valoraciones de la Ley de Suelo.	300
2 El informe de valoración de inmuebles. La labor documentalista del perito tasador y las sociedades de tasación.	306
3.¿Qué se entiende por valor? Clases de valor. El valor de mercado y su relación con las edificaciones y el urbanismo.	307
4. Técnicas y procedimientos valoración del suelo: Estudios de viabilidad del suelo. El cálculo y formalización del valor de tasación. Introducción a la Orden ECO/805/2003, de 27 de marzo.	316
5. Métodos de cálculo de la Orden ECO/805/2003, de 27 de marzo. ¿Qué debe saber un inversor? ¿Qué documentación se precisa para la tasación? Metodología de la valoración. Problemática particular en función del tipo de inmueble.	322
Orden EHA/564/2008, de 28 de febrero.	335
6. El certificado de tasación o informe de valoración de inmuebles (situación administrativa, características físicas de la finca, datos registrales, servidumbres, planos de edificación y urbanísticos, valoración económico financiera, etc.).	337

CHECK-LIST	349
Tasación y valoración del patrimonio inmobiliario.	349
¿Cómo puede incrementarse el valor de los activos inmobiliarios a través de una adecuada tasación y valoración?	349
Principales aspectos que hay que tener en cuenta en la valoración de activos inmobiliarios	349
Normativa aplicable en la valoración	349
¿Cuáles son los principales métodos de valoración?	349
Baremos de valoración en los diferentes tipos de inmuebles	349
Capítulo 26. El efecto de las valoraciones en las bolsas de suelo no sectorizado de las promotoras.	350
1. Los efectos de las valoraciones en los grandes propietarios de suelo.	350
2. Sin problemas para promotores con bolsa de suelos urbanizables delimitados (reservados a futuros proyectos urbanizadores).	351
3. El efecto de la contabilización de las expectativas en las promotoras cotizadas.	351
4. Problemática de la financiación de promotoras inmobiliarias.	352
5. El efecto de la financiación de pequeñas y medianas promotoras.	352
PARTE SEXTA.	354
Viabilidad urbanística: coordinar suelo con edificación.	354
Capítulo 27. Información urbanística previa. Imprescindible antes de promover o edificar.	354
1. Plan general de ordenación urbana.	354
2. Interpretación del Plan General.	356
3. Información urbanística. Publicidad del planeamiento.	357
4. Consulta directa.	357
5. Cédulas urbanísticas.	358
6. Valor acreditativo de los informes y cédulas urbanísticas.	359
Capítulo 28. La simultaneidad de obras de urbanización y edificación.	360
1. El Proyecto de Urbanización.	360
2. Proyecto por fases	361
3. Convenio Regulador entre Administración Local, Promotor de Urbanización, Empresa Constructora de las Obras de Urbanización y Dirección Facultativa.	365
4. El diseño del Plan de Simultaneidad.	367
PARTE SÉPTIMA.	369
Viabilidad edificatoria: ¿quién ha pagado por una obra sólo lo que le presupuestaron?	369
Capítulo 29. Análisis del plan de obra y precauciones con las ofertas.	369
1. Plan de obra.	369
2. Las ofertas se miran con "lupa".	372
TALLER DE TRABAJO.	378
El presupuesto de obra.	378
1. ¿Qué es el presupuesto de obra?	378
2. Clases de presupuestos	378

a. Presupuesto estimativo	378
b. Presupuesto valorativo	379
c. Presupuesto valorativo detallado	379
d. Presupuesto cerrado	381
3. Estructura de costes de un presupuesto	381
a. Costes directos	381
b. Costes indirectos.	382
Capítulo 30. Fases de una edificación. Trámites a seguir.	385
1. Examen topográfico	385
2. Estudio geotécnico	385
3. Acta de Protocolización de fotografías	386
4. Encargo del proyecto y dirección de obra	386
5. Contratación de OCT	387
6. Plan de control de materiales	388
7. Seguro de responsabilidad decenal	388
TALLER DE TRABAJO	389
Al seguro de daños o de caución se añade la "garantía financiera". Reforma del artículo 19 de la LOE por la Ley 20/2015, de 14 de julio, de ordenación, supervisión y solvencia de las entidades aseguradoras y reaseguradoras. 389	
8. La licencia de obras	390
9. La escritura de obra nueva y división horizontal	390
TALLER DE TRABAJO	392
La declaración de obra nueva en la ley 13/2015, de 24 de junio. 392	
10. El préstamo hipotecario	395
11. El seguro en garantía de cantidades a cuenta del precio de venta	396
12. Comercialización de la promoción.	396
13. Contrato de obra alzado o llave en mano.	397
14. El acta de replanteo	398
TALLER DE TRABAJO	399
Las dos clases de reserva en la compra de una vivienda. 399	
1. Documento de reserva en fase de pre-comercialización	399
a. Previo a la obtención de la licencia de obra y a la póliza de avales	399
b. No IVA	399
c. Devolución de cantidades entregadas a cuenta.	400
d. Ejemplo de estado de la obra en un Proyecto en fase de pre-comercialización sin licencia de obras.	400
2. Documento de reserva en fase de comercialización obtenida la correspondiente licencia de obras y la póliza de avales para el afianzamiento de cantidades.	400
a. Posterior a la licencia de obras y la póliza de avales para el afianzamiento de cantidades.	400
b. Sí IVA.	401
c. No devolución de entregas a cuenta.	401
d. Caso de proyectos llave en mano	401
e. Documentos anexos a la reserva.	401
f. Situaciones de varios compradores (separación de bienes, etc.)	401
TALLER DE TRABAJO	402



Estudio de gestión de residuos. Obligación del promotor en los proyectos de obras.	402
TALLER DE TRABAJO	404
Formulario. Modelo de Ordenanza Municipal sobre Gestión de Residuos de Construcción y Demolición	404
Capítulo 31. Fases de control de un Dpto. técnico.	411
1. Desde las certificaciones de obra a la post-venta.	411
Supervisión y control de certificaciones de obra.	411
La coordinación de seguridad en fase de ejecución.	412
Anotar cualquier incidencia en el libro de órdenes, y en particular la conformidad a los materiales que le sean presentados por el contratista.	412
Autorizar, con el director de la obra cuando sea necesario, las modificaciones que se produzcan, anotando las que puedan suponer una modificación en la escritura de ONDH, para hacerlas constar al finalizar la obra y otorgar la escritura de ON terminada.	412
Controlar el plazo de ejecución y adoptar las medidas necesarias para su cumplimiento.	412
Recabar del contratista y preparar toda la documentación necesaria para solicitar la licencia de primera ocupación y el libro del edificio.	412
Realizar visita exhaustiva antes de recepcionar la obra.	412
Informar al Gerente de cualquier incidencia.	412
La escritura de obra nueva terminada	412
La licencia de primera ocupación	413
La entrega de la edificación	413
La gestión de las escrituras	415
La constitución de la comunidad	415
Post-venta. Reclamaciones posteriores	416
2. Esquemas del desarrollo de los planes operativos.	416
Plan operativo técnico, departamento técnico	416
Plan operativo técnico de ejecución material de la promoción. Departamento técnico de ejecución material	418
Plan operativo comercial	420
Departamento comercial	420
Plan operativo de recursos humanos	420
Departamento de recursos humanos	420
Plan operativo financiero y de tesorería	421
Departamento económico-financiero	421
Previsiones económico-financieras	421
Cuantías y calendario de tiempos previstos	421
Capítulo 32. Gestión de obra	423
1. El encargo del promotor.	423
2. La empresa constructora y su organización	424
3. El proyecto de organización	426
a. Memoria	426
b. Planos	427
c. Pliego de condiciones	428
d. Presupuesto	428
4. Fases preliminares.	428
5. Elaboración de un plan de organización interior.	433
Capítulo 33. Tengo suelo y financiación: a poner ladrillos.	438
1. Preestudio del arquitecto.	438
El plan operativo técnico de ejecución material de la promoción	439
Plan de contrataciones	439
Plan de compras	440
Plan de ejecución material de las obras	440

Esquema de funciones de departamento técnico de ejecución material	441
Compras y contrataciones	441
2. El encargo del proyecto al arquitecto: precauciones para evitar sorpresas.	443
a. ¿Qué es el proyecto?	443
b. Claridad en la edificabilidad o aprovechamiento posible.	450
c. Características de los inmuebles a proyectar.	451
d. Calidades	452
3. Los Honorarios del arquitecto.	453
4. La dirección de obra	454
5. Los costes de referencia de la construcción.	457
TALLER DE TRABAJO	459
Los proyectos de urbanización.	459
Proyecto de Urbanización básico.	459
Proyecto de Urbanización complementario.	459
Capítulo 34. Comprobaciones preliminares al anteproyecto de edificación.	461
1. Examen urbanístico.	461
2. Inspección física del inmueble.	461
3. Servicios de suministro disponibles.	461
4. Examen topográfico del inmueble.	462
5. Estudio Geotécnico.	463
6. Restos arqueológicos.	464
7. Análisis de suelos contaminados. Gestión de residuos.	464
Capítulo 35. El anteproyecto de Edificación.	465
1. El anteproyecto de Edificación.	465
2. Referencias.	465
Parcela o suelo.	465
Planeamiento y normativa.	465
Definición del producto inmobiliario.	466
Equipo profesional.	466
3. Contenido del anteproyecto.	466
a. Documentos.	466
b. Marketing. Aspectos comerciales.	466
c. Aspectos técnicos.	467
Capítulo 36. Licencias.	468
1. Licencia de obras.	469
2. Sujetos Pasivos	469
3. Clases de licencia de obras	469
a. Licencia de obra mayor.	470
Licencia de obra mayor por consolidación de edificios	470
Licencia de obra mayor por nueva edificación	470
Licencia de obra mayor por rehabilitación de edificios	470
Licencia de obra mayor por restauración de edificios	471
Licencia urbanística de obra mayor por acondicionamiento de local sujeto al Reglamento de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas.	471
b.- Licencia de obras menores	471
4. Documentos a aportar.	472
Licencia de obra mayor de acondicionamiento de local	472

Licencia de obra mayor de nueva edificación	472
Licencia de obra mayor de rehabilitación de edificios	473
Licencia de obra mayor de restauración de edificios:	473
Licencia urbanística de obra mayor: Acondicionamiento de local sujeto al Reglamento de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas:	474
Licencia de obras menores	474

Capítulo 37. La entrega de la obra: hay mucho en juego. 475

1. Las fechas de entrega: los tribunales empiezan a hacer pagar caros los retrasos. 475

2. Consejos para firmar el acta de recepción. 477

a. Introducción.	477
b. Requisitos del acta	477
c. Efectos del acta	478
d. Plazo	480
e. Rechazo de la obra	481
f. Tramitación del acta	482

TALLER DE TRABAJO 483

Certificación energética. Responsabilidad del promotor (ya sea edificios nuevo o existente). 483

1. Procedimiento básico para la certificación de la eficiencia energética de los edificios. Real Decreto 235/2013, de 5 de abril, por el que se aprueba el procedimiento básico para la certificación de la eficiencia energética de los edificios. 483

a. Regulación del Procedimiento básico para la certificación de la eficiencia energética de los edificios.	483
b. Definiciones.	485

2. Edificios objeto del certificado energético. 488

a. Edificios de nueva construcción y edificios existentes.	488
b. Edificios excluidos. Administraciones públicas. Culto religioso.	488

3. Responsabilidad del promotor (ya sea edificios nuevo o existente). 489

a. Inscripción en el Registro de certificados energéticos.	489
b. Libro del edificio.	489

4. Certificaciones energéticas globales de unidades de edificios. 490

5. Contenido del certificado de eficiencia energética. Etiqueta energética. 490

6. Certificación de la eficiencia energética de un edificio de NUEVA CONSTRUCCIÓN. 492

7. Certificación de eficiencia energética de un EDIFICIO EXISTENTE. 492

8. Control de los certificados de eficiencia energética. Inspección. 492

a. Inspección.	492
b. Infracciones y sanciones.	493

9. Validez, renovación y actualización del certificado de eficiencia energética. 494

TALLER DE TRABAJO. 495

Caso práctico. Promoción inmobiliaria de un solar de uso residencial en 5 alturas. 495

PARTE OCTAVA. 503

Responsabilidad del promotor. 503

Capítulo 38. La responsabilidad del promotor en la LOE. 503

1. La responsabilidad del promotor en la LOE. 503

2. ¿Cuándo es responsable el promotor? 505

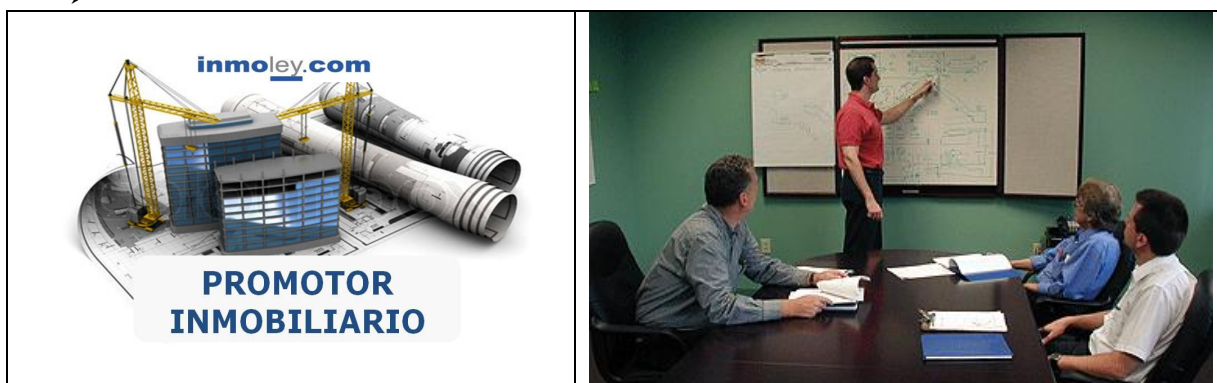
3. El promotor como agente de la edificación en la LOE 508

4. Ámbito de responsabilidad. _____	510
Capítulo 39. El promotor responsable de la edificación. _____	516
1. Antecedentes. _____	516
2. La solidaridad del promotor _____	517
a. Diferencias con la responsabilidad de los distintos agentes que intervienen en la edificación _____	517
b. Responsabilidad del promotor _____	519
c. El promotor garantiza la edificación. _____	520
3. Acción de repetición _____	522
TALLER DE TRABAJO. _____	525
El promotor no respeta la memoria de acabados de la vivienda vendida. ¿Qué sucede? _____	525
TALLER DE TRABAJO. _____	528
¿Quién paga la tasa de enganche al gas o al agua? _____	528
Capítulo 40. Compraventa de vivienda sobre plano. Todo lo que hay que saber. _____	531
1. La compraventa de vivienda sobre plano. _____	531
2. Derechos del consumidor tras la firma del contrato. _____	532
3. Cláusulas abusivas. _____	532
TALLER DE TRABAJO _____	534
Reforma de las cantidades entregadas a cuenta por la Ley 20/2015. _____	534
1. Percepción de cantidades a cuenta del precio durante la construcción. _____	534
Obligaciones de los promotores que perciban cantidades anticipadas. _____	535
Requisitos de las garantías. _____	536
Información contractual. _____	538
Ejecución de la garantía. _____	539
Cancelación de la garantía. _____	539
Publicidad de la promoción de viviendas. _____	539
Infracciones y sanciones. _____	539
Desarrollo reglamentario. _____	540
2. Requisitos que deben cumplir las pólizas de seguro y los avales que garanticen estas cantidades a cuenta. _____	541
3. Cambios en la situación del consumidor de vivienda. _____	543
TALLER DE TRABAJO _____	545
Venta sobre plano sin licencia y dificultades del promotor inmobiliario para dar avales individuales garantizados. _____	545
TALLER DE TRABAJO _____	546
El promotor que vende sobre plano y entrega menos metros de los firmados. _____	546
PARTE NOVENA _____	551
Formularios. _____	551
1. Modelo de contrato de redacción de proyecto básico y de ejecución _____	551
2. Modelo de contrato de arquitecto proyectista redactando en un solo proyecto el proyecto básico y el de ejecución. _____	560
3. Modelo general de contrato entre promotor y arquitecto. _____	574



Modelo 1 _____	574
Modelo 2 _____	588
4. Modelo de contrato de arquitecto director de ejecución de obra _____	605
5. Modelo de contrato de encargo de trabajo profesional a arquitecto _____	613
6. Modelo de contrato con arquitecto técnico. _____	632
7. Modelo BÁSICO de contrato de ejecución "llave en mano" _____	637

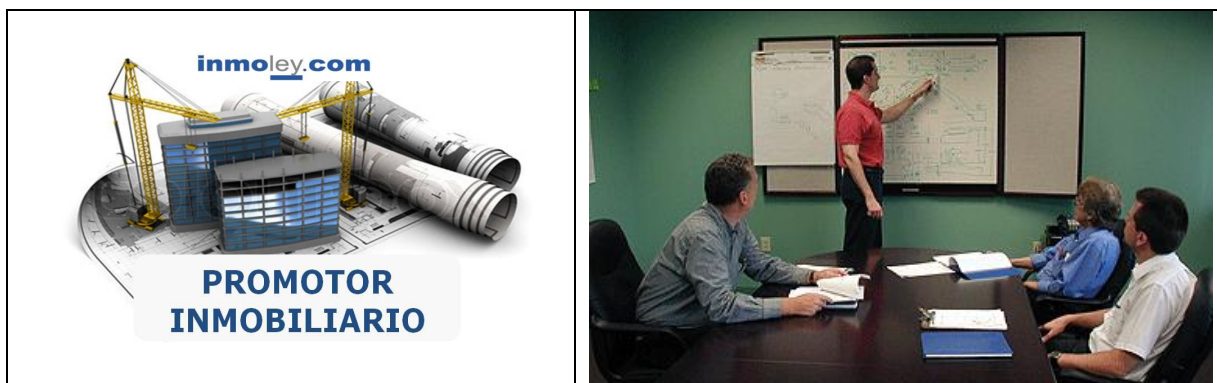
¿QUÉ APRENDERÁ?



-
- **Estudio económico de una promoción inmobiliaria.**
- **Costes financieros de las distintas fuentes de financiación en las promociones inmobiliarias: préstamos hipotecarios subrogables, descuento de efectos, préstamos y créditos puente, etc.**
- **Estudio económico y el Cash Flow de una promoción inmobiliaria para analizar su rentabilidad.**
- **Los estudios de mercado inmobiliario. Análisis de la oferta y la demanda**
- **Análisis económico financiero de los tiempos y costes de una promoción inmobiliaria.**
- **Control financiero de las ventas de una promoción inmobiliaria.**
- **Modos de gestión y los análisis de viabilidad real de las promociones inmobiliarias.**
- **Identificar todos los costes relacionados con una promoción inmobiliaria**
- **La coordinación de departamentos en la promoción inmobiliaria.**
- **Control de gestión de una promoción inmobiliaria.**
- **El control de gestión a través del presupuesto. El control del "cash-flow".**
- **Control económico de rentabilidad de una promoción inmobiliaria.**
- **Control financiero para atender pagos de una promoción inmobiliaria.**

- **Estudio urbanístico de viabilidad de la promoción**
- **Trámites y documentación de la promoción inmobiliaria.**
- **Fases de una promoción inmobiliaria. Control de riesgos en las fases de la promoción inmobiliaria.**
- **Diferencias entre edificabilidad y aprovechamiento urbanístico.**
- **Clases de edificabilidad. ¿Cómo calcular la edificabilidad de un solar?**
- **La gestión del suelo y su puesta en valor.**
- **Tasación y valoración del patrimonio inmobiliario.**
- **Venta de inmuebles en construcción como alternativa de financiación para el promotor.**
- **Gestión de obra**
- **Responsabilidad del promotor inmobiliario.**

Introducción.



¿Cómo comenzar a ser un promotor inmobiliario?

La promoción puede considerarse como el motor que impulsa el crecimiento en la industria inmobiliaria. Los promotores inmobiliarios adquieren propiedades sobre las cuales planean desarrollar sus proyectos inmobiliarios, ya sea con fines comerciales o residenciales.

Estas dos amplias categorías abarcan todo, desde locales, oficinas y desarrollo industrial hasta viviendas. Las opciones son tan infinitas como su imaginación.

Un aspirante a promotor inmobiliario puede comenzar en muchos campos diferentes. Algunos comienzan como agentes inmobiliarios que después de comprar y rehabilitar inmuebles logran venderlos. Después de un período de tiempo, pueden recaudar el capital necesario para trabajar con un urbanista, arquitecto y constructor urbano o regional para promover, construir y comercializar un proyecto inmobiliario.

Otros comienzan sus carreras en la construcción, contratando para construir viviendas y eventualmente consiguiendo socios como arquitectos y administradores de activos financieros que pueden ayudarles a desarrollar sus propios proyectos inmobiliarios de mayor tamaño.

Convertirse en un promotor inmobiliario requiere años de experiencia, pero el resultado final puede ser, tanto profesional como financieramente, muy gratificante.

Tener experiencia en el sector inmobiliario es importante cuando se trata de convertirse en un promotor inmobiliario, pero no existe un libro de reglas que limite quién puede convertirse en un promotor inmobiliario y no hay un camino único para lograr una carrera exitosa en la inversión inmobiliaria.



¿Qué hace un promotor inmobiliario?

Antes de comenzar, debe tener una comprensión completa de las responsabilidades del trabajo.

¿Necesita mucho capital para comenzar?

Usted necesita capital para iniciar una promoción inmobiliaria, pero no tiene que tenerlo usted mismo. La mayoría de los promotores inmobiliarios financian proyectos con un préstamo promotor. Si nunca antes ha recibido financiación para un proyecto inmobiliario, lo más probable es que necesite preparar un plan de negocios para presentar a su banco.

¿Cómo comenzar en el camino del promotor inmobiliario?

Ahora que comprende el papel de un promotor inmobiliario, es hora de hacer su primera promoción inmobiliaria.

Paso 1: Seleccione una ubicación

Investigue el área que desea desarrollar y el nicho inmobiliario en el que desea encajar. ¿Proyectos residenciales o comerciales? ¿El mercado presenta grandes oportunidades para los inversores? ¿Se asociará con otros en un mercado con el que está menos familiarizado? Seleccionar una ubicación se trata de comprometerse con un nicho, mercado y estrategia tanto como de encontrar un buen negocio.

Paso 2: Construya un equipo de confianza

Como promotor inmobiliario trabajará y dependerá de muchas personas diferentes. Desde constructores hasta agentes inmobiliarios, abogados, arquitectos, fontaneros y albañiles. Verifique las referencias y comunique sus expectativas de trabajo.

Paso 3: Encuentre un inversor o gestione la financiación

A menos que tenga capital ahorrado, también necesitará encontrar un inversor para financiar su proyecto deseado. Si prefiere obtener un préstamo promotor, deberá presentar un argumento sólido a su banco sobre la estabilidad de su plan comercial

Paso 4: Fije los plazos.

No es ningún secreto que los proyectos inmobiliarios históricamente luchan por cumplir con los plazos. Mantener a todas las personas involucradas en una fecha límite es difícil.

Paso 5: Corra la voz

Dé a conocer su proyecto y construya una marca para futuros proyectos inmobiliarios.

La gestión de una Promoción Inmobiliaria es una actividad compleja que requiere de una inversión económica muy importante, con largos periodos de maduración y con un alto riesgo en la mayoría de ocasiones.

Pero hoy en día lo que más se exige es un nivel de especialización.

En toda promoción inmobiliaria se deben conocer de carrerilla todos los conceptos de coste. ¿Por qué? Porque es el mejor camino para optimizar el planteamiento económico-financiero de una promoción inmobiliaria y evitar sorpresas desagradables que pueden poner en peligro su misma viabilidad.

Le proponemos analizar con un lenguaje accesible, de un modo sencillo y desde una perspectiva práctica, todos los costes de una promoción inmobiliaria, desde la compra del terreno hasta la entrega y postventa.

Le facilitaremos las herramientas y criterios de análisis para conocer la rentabilidad de una promoción inmobiliaria y, por lo tanto, para determinar la viabilidad de la misma, tanto desde un punto de vista estático como dinámico.

Seguiremos una metodología de análisis aplicable a cualquier operación inmobiliaria, de modo que le permita determinar la viabilidad de cualquier promoción inmobiliaria.

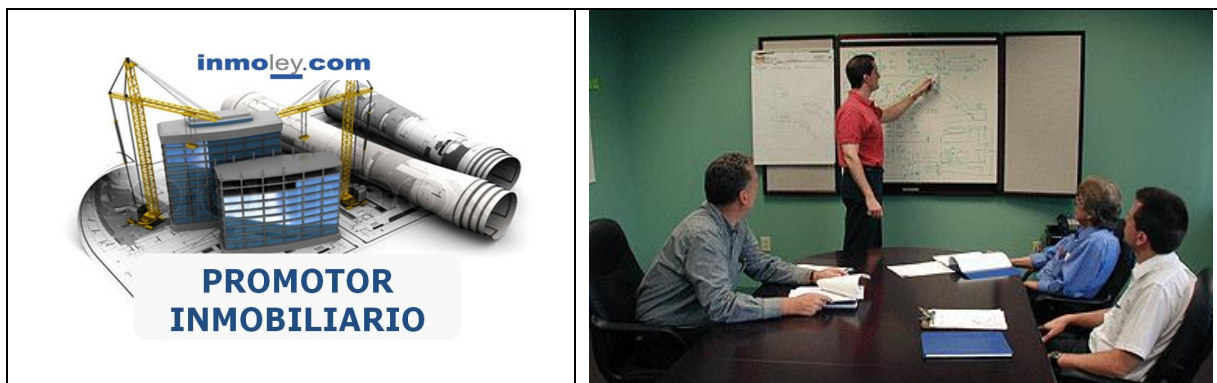
Todo lo que debe saber un promotor inmobiliario.

De todos estos temas se trata, desde una perspectiva práctica y profesional, en la guía práctica del promotor inmobiliario. Gestión y viabilidad de una promoción inmobiliaria.

PARTE PRIMERA.

Viabilidad organizativa: especialización

Capítulo 1. Una promotora inmobiliaria desde dentro.



1. La coordinación de departamentos en la promoción inmobiliaria.